

BAB III

SAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada Bab III ini menjelaskan mengenai hasil sajian dan analisis data yang membahas implementasi *cyber public relations* dalam meningkatkan citra Polda Jawa Tengah tahun 2016. Bab ini akan membahas implementasi *cyber PR* dalam meningkatkan citra yang tentunya menggunakan media *online* sebagai alat komunikasinya. Data yang diperoleh peneliti merupakan hasil dari wawancara mendalam dengan informan sebagai data primer yang telah ditentukan dan dokumentasi sebagai data pendukung. Setelah penyajian data, peneliti akan melanjutkan dengan melakukan analisis data yang telah diperoleh, dengan cara menganalisis data sesuai dengan sajian teori yang ada pada bab I.

A. Sajian data

Peran dan tugas PR hari ini tentu lebih berat dan menantang. Kini masyarakat kian cerdas dan aktif dalam mencari informasi yang mereka butuhkan melalui berbagai sumber. Menyikapi kondisi tersebut, Bidhumas Polda Jateng dengan arahan dari Kapolri dalam program Promoter yaitu manajemen media. Salah satu poinnya adalah memanfaatkan media *online* seperti *website*, *youtube*, *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter* sebagai media komunikasi dan informasi, khususnya dalam meningkatkan citra dan menekan berita negatif. Polda Jateng melalui divisi Bidhumas (PID) menjalankan peran *cyber public relations* untuk mengelola dan memanfaatkan media *online* seperti <https://tribratanews.jateng.polri.go.id/>. Mengingat *website* ini terhubung dengan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, maka hal ini pun menjadi salah satu

keuntungan dan peluang bagi Polda Jateng untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat.

Peran yang dijalankan Bidhumas Polda Jateng ini merupakan bagian dari implementasi konsep *cyber public relation* yaitu *public relations* menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu atau menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya. Melalui *cyber public relations*, maka Bidhumas Polda Jateng dapat dengan mudah untuk melewati berbagai batasan dan penghalang, serta memudahkan aktivitas *public relations* dalam menyampaikan informasi-informasi baik dalam bentuk pesan-pesan korporat, berita-berita, dan berbagai informasi yang harus diketahui publik lainnya. Jika dilihat dari perannya, bidang PID (Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi) yaitu tim media sosial yang berada dalam divisi Bidhumas Polda Jateng telah menjalankan peran *cyber public relations*. Berikut merupakan implementasi *cyber PR* dalam meningkatkan citra:

1. Implementasi *cyber PR* Bidhumas Polda Jateng dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik

Bidhumas Polda Jateng menggunakan lima media *online* dalam melakukan implementasi *cyber PR*. Kelima media *online* tersebut adalah *website*, *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Bidhumas Polda Jateng menggunakan media *online* sebagai pendukung program Promoter. Pada program Promoter tersebut salah satu poinnya adalah meningkatkan citra serta menekan berita negatif. Untuk mendukung keberhasilan program tersebut Bidhumas Polda Jateng mengimplementasikannya pada program *counter opini*. Berikut penjelasan

tentang *counter* opini yang disampaikan oleh Ipda Wagiman selaku tim medsos (media sosial):

”Meng-*counter* opini bukan membentuk opini. Kalau membentuk opini maka kita harus memberikan materi yang baru sehingga opini baru terbentuk. Nah kita ini tim medsos tugasnya *counter* opini jadi kita berusaha menekan sentimen negatif dan mengarahkan. Misalnya ini kan sudah ada opini maka kita akan *counter* opini tersebut. semisal ada berita negatif, sebisa mungkin kita harus selalu memberikan penjelasan, informasi atau publikasi mengenai pemberitaan negatif tersebut hingga menjadi stabil. Sedangkan membentuk opini itu contohnya ada berita negatif, berita tersebut akan ditutup atau di tenggelamkan dengan materi baru berupa berita positif mas.”
(Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Menurut data yang diperoleh, ada perbedaan antara *counter* opini dengan membentuk opini. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa *counter* opini merupakan kegiatan untuk menekan berita negatif. Dengan cara mengelola berita negatif dengan cepat, bukan dengan memberikan sanggahan atau upaya penolakan atas pemberitaan tersebut. Namun memberikan penjelasan terkait berita atau sentimen negatif secara berkala. *Counter* opini bertujuan untuk mengarahkan isu-isu negatif yang berkembang di masyarakat (publik) dengan cara mengklarifikasi isu atau berita negatif, yang diharapkan dapat kembali menjadi netral (normal). Sedangkan membentuk opini merupakan memberikan materi baru baik itu berupa tema, konten atau topik berita agar menjadi sesuatu baru yang berbeda dengan sebelumnya, sehingga opini lama dapat teralihkan dengan opini baru atau materi (topik) baru. Seperti adanya pemberitaan negatif maka harus diberikan berita positif agar isu-isu (negatif) tersebut dapat dinetralkan.

Pemanfaatan media *online* mempermudah tugas PR dalam melakukan publikasi segala informasi. Pada media *online* Humas Polda Jateng menggunakan *Intelligence Media Management* (IMM) dalam melakukan pemantauan berita di media *online*. Berikut penjelasan tentang *counter opini* yang disampaikan oleh Ipda Wagiman selaku tim *counter opini*;

“Sebenarnya *counter opini* itu adalah yang bikin ya masyarakat itu sendiri. Dan kita melakukan *counter opini* melalui media *online* (biar gampang), misalnya kita melakukan patroli di media *online* atau media sosial dengan IMM, terus ada komen yang kurang pas. Maka, kita melakukan *counter opini* itu dengan menampilkan dengan fakta biar opini atau komentar tadi menjadi positif atau netral.” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Counter opini yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng ialah dengan melakukan patroli di media *online* atau portal berita *onlinem* dengan menggunakan IMM. *Counter opini* digunakan untuk merubah suatu pandangan ataupun pendapat, untuk melakukan *counter opini* atau menggiring opini dalam menangani pemberitaan (berita negatif) di media *online*, Bidhumas harus menyaring berita negatif apa saja yang terkait dengan pemberitaan Polda Jateng dengan bantuan dari *Intelligence Media Management* (IMM). Kemudian berita tersebut diproses yang awalnya negatif, berita diolah dan kemudian dikemas dengan memberikan data serta fakta agar berubah menjadi isu positif. Penyampaian berita dilakukan sesering mungkin agar isu negatif dapat diredam oleh berita positif, seperti yang disampaikan oleh Humas Ipda Wagiman selaku tim *counter opini*:

Bidhumas Polda Jateng dalam melakukan *counter opini* terdapat tim khusus yaitu tim medsos (media sosial). Tim medsos ini yang akan melakukan

pengawasan pada media *online*. Pada *counter opini* ini Bidhumas Polda Jateng tidak hanya melakukan pengawasan pada media online saja, tetapi juga pada media cetak yang dilaksanakan oleh divisi PID dengan cara melakukan kliping berita media cetak. Berikut penjelasan yang disampaikan oleh Ipda Wagiman:

“Pada prinsipnya sama saja, jika ada pemberitaan negatif baik di media cetak, media audio visual maupun *online*. Kami akan melaksanakan *counter opini*, baik itu dengan mengelola atau mengolah berita tersebut kemudian dikemas sedemikian rupa berdasarkan fakta yang ada sehingga menjadi berita yang positif. Jika ada personel Polri yang melakukan tindakan/ perbuatan negatif, tentunya akan diproses secara kedinasan, baik itu secara kode etik maupun disiplin, dan itu pasti ada perkembangannya. Perkembangan itu yang akan kita sampaikan ke masyarakat melalui media online yang kita punya selama isu tersebut menjadi perhatian publik. Disamping itu kami juga sering menyajikan berita-berita positif pada *website* <https://tribratanews.jateng.polri.go.id/> sehingga berita negatif tersebut tenggelam oleh berita positif.” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Berdasarkan data yang diperoleh *counter opini* tersebut dilakukan dengan cara mengelola atau mengolah berita (isu negatif). Dimana berita yang mengandung unsur negatif tersebut dikelola dengan cara memberikan fakta yang ada dilapangan, sehingga kredibilitas berita menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya. Pada penjelasan diatas menyebutkan bahwa Bidhumas Polda Jateng melakukan *counter opini* tersebut selama pemberitaan tersebut masih menjadi perhatian publik, maka Bidhumas Polda Jateng akan selalu memberikan perkembangan mengenai berita tersebut secara berkala sampai berita tersebut telah menjadi netral. Bidhumas Polda Jateng juga selalu menyediakan berita berkonten positif untuk menekan pemberitaan negatif dari media-media lain.



Gambar 3.1 salah satu contoh berita pungli di Polres Magelang
(sumber: <http://www.kabarmagelang.com/2016/10/berantas-pungli-13-anggota-polres.html> diakses 7 November 2017)

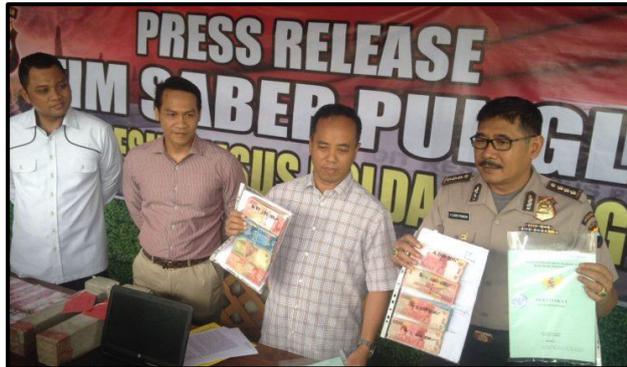
Menjelang akhir tahun 2016, Polda Jateng menjadi bahan pemberitaan dimedia. Pemberitaan tersebut membuat Polda Jateng memiliki citra buruk dimata masyarakat. Pemberitaan tersebut mengenai adanya kasus pungli yang dilakukan oleh Polres Magelang. Pada gambar 3.1 tersebut mengenai kasus pungli yang melibatkan 13 anggota Polisi Polres Magelang. Kasus pungli tersebut sebagian besar terjadi pada saat proses pembuatan surat izin mengemudi (SIM) dan penilangan dengan penarikan uang sebesar 50 ribu rupiah. Kasus seperti ini tentu dapat mengganggu citra yang telah ada di Kepolisian Daerah Jawa Tengah, karena kesalahan dari satu institusi dapat menyebabkan kerusakan pada institusi yang sama atau bersangkutan. Kasus ini menjadi bahan berita bulanan media dan wartawan, yang tentunya kasus seperti ini berdampak pada citra serta kepercayaan masyarakat terhadap Polisi.

Polda Jateng segera melakukan penanganan yaitu dengan cara melakukan pemeriksaan terhadap anggota yang telah melakukan pungli dan pemeriksaan berkas laporan masyarakat terkait pungli dibantu oleh Polres Magelang. Sedangkan yang bertugas dalam melakukan publikasi dan klarifikasi Polda Jateng mengandalkan Bidhumas Polda Jateng serta jajaran. Bidhumas Polda Jateng melakukan publikasi diberbagai media terutama media Bidhumas itu sendiri seperti media *online* (*website* dan media sosial). Tidak hanya melakukan publikasi tetapi juga melakukan klarifikasi dengan pemasangan spanduk anti pungli dan melakukan *press conference*. Seperti yang disampaikan oleh Humas ibu Evy Narita, S.h., M.H., selaku pejabat utama bidang perencanaan dan administrasi (renmin):

“Seperti kasus pungli di Magelang kemarin (tahun lalu) bagaimana cara kita mengatasinya? Yaitu dengan melakukan klarifikasi berupa *press conference* dan *press release*, yang kemudian rilis kita *share* juga di *website*. Tidak lupa kita juga gencar melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan kita hadirkan wartawan untuk peliputan. Kita juga menghimbau serta mengajak masyarakat dalam aktif pelaporan apabila terjadi kasus pungli, tidak hanya pungli tapi yang lain juga ya mas.” (Wawancara Subbag Renmin BidBidhumas Polda Jateng Evy Narita, S.h., M.H., 6 November 2017)



Gambar 3.2 Pemasangan sepanduk Anti Pungli yang dilakukan oleh Polrestabes Semarang (sumber: Subbid PID Polda JAteng)



Gambar 3.3 *Press release* yang dilakukan oleh
Kombes Pol Drs. R Djarod Bidhumas Polda Jateng
(sumber: Subbid PID Polda JAteng)

Menurut data yang telah didapatkan, Bidhumas Polda Jateng telah melakukan penanganan dengan tepat, yaitu mengumpulkan data dan fakta yang terjadi dilapangan dengan laporan-laporan yang ada. Pada gambar 3.2 Polda Jateng melakukan himbauan kepada masyarakat yang dibantu oleh Bidhumas Polda Jateng dalam melakukan sosialisasi anti pungli disetiap Polres di Jawa Tengah serta memasang sejumlah sepanduk dan menghimbau masyarakat agar bersedia dan segera melaporkan apabila ada kasus serupa agar dapat ditindak langsung. Kemudian gambar 3.3 memperlihatkan aktivitas Bidhumas Polda Jateng yang melakukan *press conference* serta *press release* kepada media dan wartawan untuk melakukan klarifikasi. Upaya mengajak masyarakat ini bertujuan untuk memberikan ruang kepada masyarakat agar ikut andil dalam penegakan hukum dan cara ini dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat.

Bidhumas Polda Jateng menggunakan lima media *online* untuk aktivitas publikasi-informasi maupun sebagai media komunikasi dan *counter* opini. Kelima media tersebut meliputi *website*, *youtube*, *Instagram*, *Facebook* serta *Twitter*. Masing-masing media mempunyai konten dan isi yang berbeda

menyesuaikan dengan aktivitas Bidhumas Polda Jateng, misal *website* berisikan rilis berita tentang Polda Jateng serta *youtube* memiliki konten berita dengan format audio visual atau video seperti *video press conference*. Media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter* digunakan untuk menghimbau masyarakat serta sebagai media publikasi aktivitas Polda Jateng. Berikut penjelasan tentang *website* dan *youtube* Bidhumas Polda Jateng dalam meng-*counter* opini:

a. *Website* sebagai rilis berita dan *counter* opini

Bidhumas Polda Jateng memiliki *website* resmi yang digunakan sebagai pusat pemberitaan atau rilis berita yaitu <https://tribratanews.jateng.polri.go.id/>, yang disediakan oleh Polda Jateng baik untuk masyarakat ataupun untuk pers dan media. *Website* tersebut dikelola oleh divisi IT dan Bidhumas Polda Jateng, dimana divisi IT yang berperan dalam mengelola desain *website* dan Bidhumas Polda Jateng yang berperan dalam pemilihan konten *website*. Bidhumas Polda Jateng menggunakan *website* sebagai media penyebaran informasi berupa rilis berita. *Website* ini berfungsi sebagai tempat rilis berita Polda Jateng. Seperti yang dijelaskan oleh Ipda Wagiman dibawah ini:

“Kalau masalah konten tentunya karena *website* ini merupakan portal berita Polda Jateng jadi kontennya itu berupa rilis berita, *press conference*, ungkap kasus dan sosialisasi. *Website* disini kan dibuat agar mempermudah penyampaian pesan ke masyarakat sekaligus sebagai *counter* opini dalam menekan berita negatif. *Website* ini juga jadi mempermudah pers/wartawan ya, dari *website* ini dapat menjadi rujukan mereka dalam mengolah berita atau rilis bagi mereka.” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Berdasarkan data yang diperoleh dari penjelasan Ipda Wagiman, *webiste* dijadikan sebagai pusat portal berita Polda Jateng. *Website* tersebut berisikan beberapa konten diantaranya rilis berita, *press conference*, ungkap kasus, dan sosialisasi. *Website* dijadikan sebagai mediator dalam penyampaian pesan baik ke masyarakat dan juga media lain. *Website* juga dijadikan sebagai alat untuk melakukan *counter* opini, yaitu dengan cara mempublikasikan keberhasilan-keberhasilan atau pencapaian Polda Jateng dalam menangani kasus yang dimuat dalam rilis berita pada *website*.

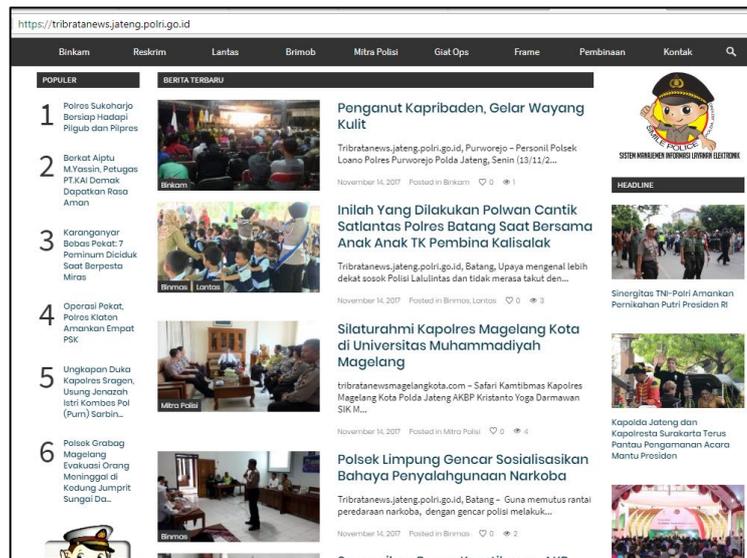
Website Polda Jateng juga sempat mengalami perubahan baik dari alamat *web* maupun kontennya. Pada alamat *web* yang awalnya adalah tribratanewspolajateng.com karena menyesuaikan dengan peraturan pemerintahan kemudian diganti menjadi tribratanews.jateng.polri.go.id. Perubahan pada alamat *web* juga berdampak pada penampilan beranda *website*. Adapun tampilan *website* Bidhumas Polda Jateng yang sekarang sebagai berikut:



Gambar 3.4 Tampilan halaman *website official* Humas Polda Jateng (sumber: <https://tribratanews.jateng.polri.go.id/> diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.4 dapat dilihat tampilan *website* Polda Jateng yang telah melakukan perubahan. Pada *website* ini juga menjadi lebih kompleks dimana telah disediakan berita sesuai dengan kategori dan ranahnya masing-masing: Pertama, Binkam (pembinaan keamanan) yang berisikan berita tentang pengamanan, ketertiban dan kenyamanan dilingkungan masyarakat. Kedua, Reskrim (reserse kriminal) berisikan berita kegiatan-kegiatan penyelidikan dan penyidikan tindak pidana termasuk fungsi identifikasi dan fungsi laboratorium forensik lapangan dalam rangka penegakan hukum, koordinasi dan pengawasan operasional dan administrasi penyidikan PPNS.

Ketiga, Lantas (lalu lintas) membina fungsi lalu lintas kepolisian, yang meliputi turjawali, pendidikan masyarakat dan rekayasa lalu lintas, registrasi dan identifikasi pengemudi/kendaraan bermotor, penyidikan kecelakaan lalu lintas dan penegakan hukum dibidang lalu lintas, guna memelihara keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran lalu lintas. Keempat, Brimob (brigade mobile) berisikan berita tentang kesatuan elit Polri membantu militer Indonesia (TNI) dalam menjaga kedaulatan negara. Kelima, Mitra Polisi berisikan berita mengenai rekan Polri. Keenam, Giat Ops berisikan berita tentang kegiatan operasi (razia). Ketujuh, Frame berita tentang kegiatan utama/ penting Polri. Kedelapan, Pembinaan berisikan berita seperti pelatihan personel Polri dan terakhir adalah kontak. Sehingga mempermudah masyarakat untuk membacanya dengan mencari berita sesuai dengan yang diinginkan.

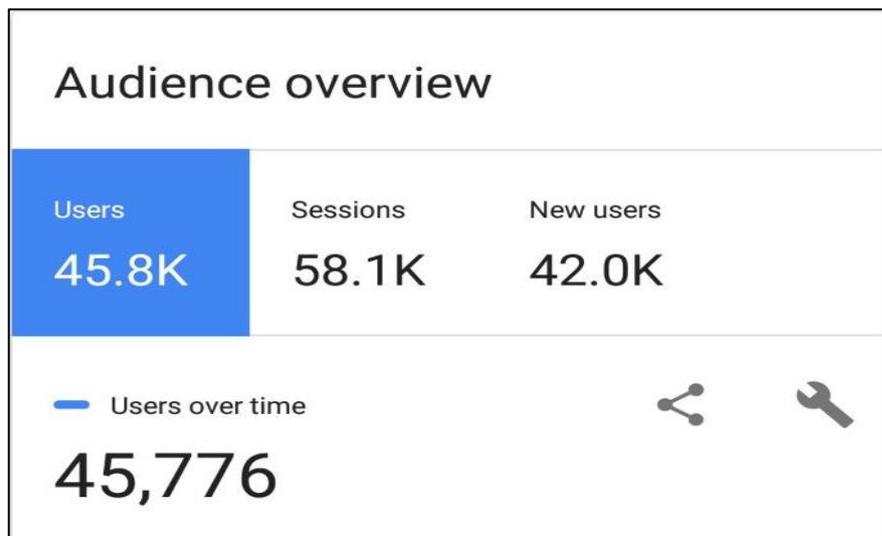


Gambar 3.5 Tampilan halaman *website official* Humas Polda Jateng (sumber: <https://tribrataneews.jateng.polri.go.id/> diakses 6 November 2017)

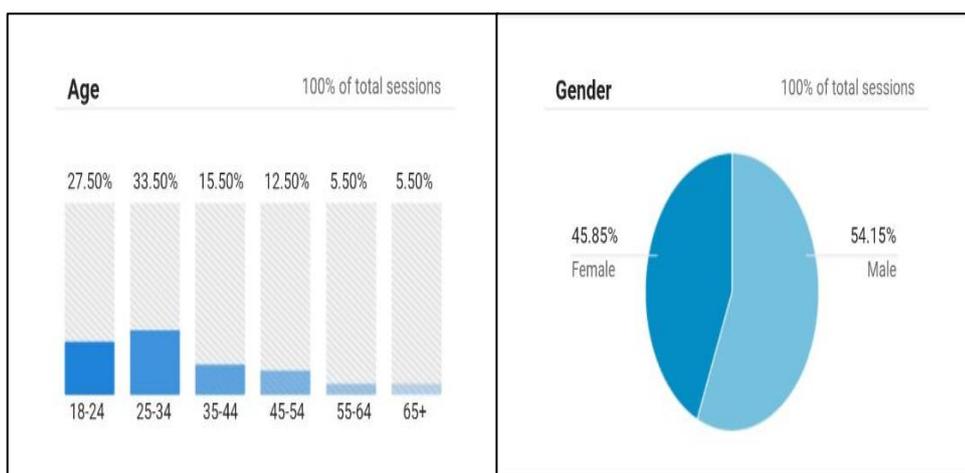
Pada gambar 3.5 menampilkan konten unggulan pada *website* Polda Jateng. Disesuaikan dengan beberapa konten yaitu berupa: berita populer, merupakan berita-berita yang telah diurutkan sesuai dengan pencarian terbanyak dan paling populer. Kemudian ada berita terbaru, dimana pilihan ini berisi *update* berita yang baru saja di rilis di *website*. Berikutnya ada *headline*, sebagai berita teratas pada *website*. Banyaknya perubahan pada tatanan *website* diharapkan membuat masyarakat lebih rajin untuk membaca dan berkunjung ke *website* ini. Sehingga berita jadi lebih mudah dikontrol terutama berita palsu (*hoax*) yang sekarang sering terjadi terutama di media *online*.

Lebih lanjut Ipda Wagiman juga menjelaskan bahwa sekarang pengunjung *website* perhari bisa mencapai 1500 orang lebih. *Website* Poda Jateng ini merupakan pusat pemberitaan yang tergabung dari 35 Polres di bawah naungan Poda Jateng, yang sanggup memproduksi rilis berita sebanyak 1000 berita lebih tiap harinya. Berikut kutipan wawancaranya:

“Kalau prosesnya itu kan kita dapet rilis berita dari tiap-tiap Polres yang ada di Jateng ya mas dengan total ada 35 Polres di Jateng ini. Jadi totalnya itu sekitar 1000 lebih rilis berita perharinya. Sebenarnya kan tiap Polres itu punya *website* khusus juga dalam rilis beritanya, tapi Polda Jateng kan sebagai sentralnya atau pusatnya jadi semua berita yang ada di seluruh jajaran Kepolisian Daerah Jawa Tengah akan dikumpulkan terus di-*posting* pada *website* Tribatanews.jateng.Polri.go.id. Sekarang jumlah pengunjung *website* perhari mencapai 1500an” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)



Gambar 3.6 hasil *Google Analytics website* Bidhumas Polda Jateng (Sumber: Subbid PID Polda Jateng)



Gambar 3.7 Tampilan jumlah pengunjung website Bidhumas Polda Jateng berdasarkan usia dan jenis kelamin (Sumber: Subbid PID Polda Jateng)

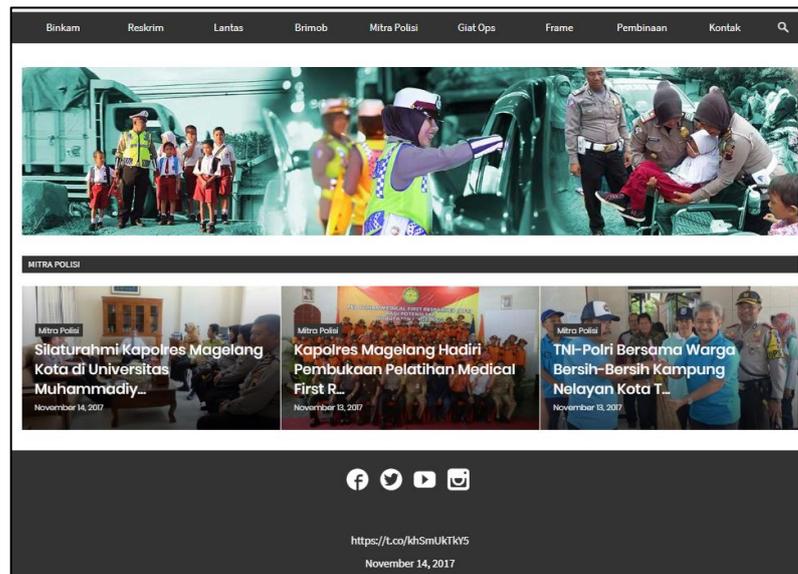
Berdasarkan data yang diperoleh dari *google analytics* Bidhumas Polda Jateng, mencatat dari September 2017 hingga Januari 2018 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mencapai 45,776 orang. Sedangkan berdasarkan usia, jumlah pengunjung diurutkan dari yang tertinggi ke terendah yaitu umur 25-34 tahun (33.50%), 18-24 tahun (27.50%), 33-44 tahun (15.50%), 45-54 tahun (12.50%), 55-64 tahun dan 65 tahun keatas memiliki persentase yang sama (5,50%). Dan berdasarkan jumlah dari jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebesar 54,15% sedangkan perempuan sebesar 45,85%. Dari hasil ini juga Bidhumas Polda Jateng dapat melakukan *counter* opini. Menurut peneliti hal ini dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan dan juga bahan evaluasi untuk Bidhumas Polda Jateng dalam mengelola media *online* seperti *website*.

Bidhumas Polda Jateng dalam memanfaatkan *website* sebagai *counter* opini ialah dengan selalu memberikan rilis-rilis berita yang terbaru. *Counter* opini yang dilakukan Bidhumas yaitu memberikan berita yang layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat, dimana berita-berita yang dirilis merupakan jenis berita *feature*. Berita *feature* merupakan berita yang menjolkan karakter *human interest* (humanisme) yang kuat. Berikut salah satu contoh berita *feature* yang menonjolkan sisi humanis Polri (gambar 3.9).



Gambar 3.8 Tampilan berita pada *website official* Bidhumas Polda Jateng (sumber: <https://tribratane.ws.jateng.polri.go.id/> diakses 6 November 2017)

Berdasarkan data yang didapat, pada gambar 3.8 diatas merupakan contoh berita *feature* yang menonjolkan sisi humanis dari Polwan (Polisi wanita) yang ikut berpartisipasi dalam permainan bersama anak-anak TK Pembinaan Kalisalak. Dapat dilihat dalam penulisan berita Bidhumas Polda Jateng menggunakan berita dengan teknik jurnalistik yang berjenis berita *feature*. Pemilihan berita berjenis *feature* biasanya digunakan untuk menonjolkan sisi humanis atau *human interest*. Menurut peneliti pemilihan jenis penulisan berita *feature* sangat tepat, karena berita jenis *feature* sangat cocok untuk menonjolkan sisi humanis dari berita jurnalistik tersebut.



Gambar 3.9 Tampilan halaman bawah *website* Bidhumas Polda Jateng (sumber: <https://tribratanews.jateng.polri.go.id/> diakses 6 November 2017)

Perubahan tampilan pada *website official* Polda Jateng ternyata direspon positif oleh masyarakat. Tampilan yang lebih simple dan komplit ini mempermudah masyarakat dalam mencari informasi atau berita pada *website*. Dan dengan ditambahkan fitur yang dapat terhubung dengan media *online* yang lain jadi mempermudah dan memperjelas berita tersebut, tidak hanya teks yang didapat namun juga bisa berupa video yang terkoneksi dengan *youtube* atau media sosial lainnya. Seperti yang disampaikan oleh Novia Widia mahasiswi Universitas Diponegoro (UNDIP):

“Iya tentunya, dengan adanya *website official* itu mempermudah kita sebagai mahasiswa/i atau masyarakat dalam mencari informasi. Jadi berita itu lebih akurat dan terpercaya ya, karena dari instansi tersebut telah menyediakan informasi dan isi berita juga bisa dipertanggungjawabkan. Tentang perubahan *website* baru sadar ya, soalnya kalau buka di google *seacrh* itu langsung udah muncul teratas ya yang *website* Polda. Terus sekarang itu kan kalau tidak salah udah bisa terhubung dengan media yang lain ya jadi tambah enak aja.” (wawancara dengan Novia Widia, mahasiswi UNDIP jurusan komunikasi Fisipol pada tanggal wawancara, 6 November 2017)

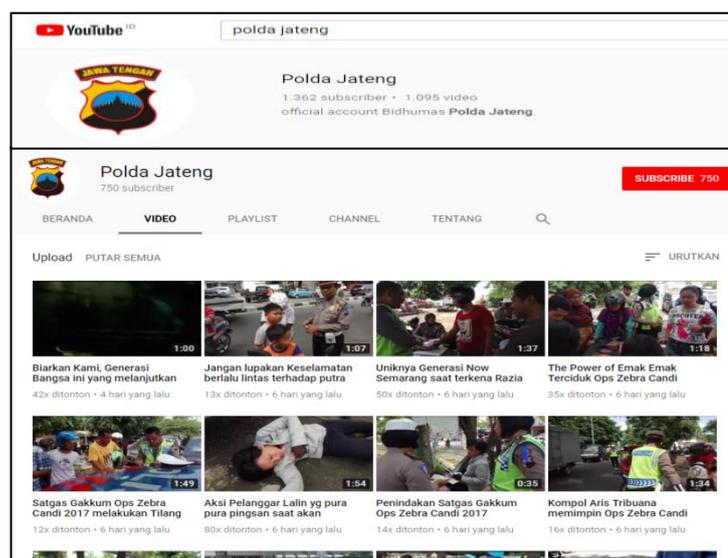
Menurut data yang diperoleh salah satu pemilihan media *online* yaitu *website* resmi perusahaan dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil instansi, berita terkini, pengkategorian berita, dan juga kontak. Melihat bagaimana Bidhumas mengoperasionalkan *website* dengan sangat baik, mulai dari membenahi tampilan *website* kemudian menambahkan fitur yang dapat berbagi melalui media sosial yang ada. Melihat jumlah pengunjung *website* yang mencapai 1500 orang perhari dijadikan sebagai tolak ukur oleh Bidhumas Polda Jateng sebagai keberhasilan dari operasional *website* tersebut.

b. *Youtube* dalam publikasi dan *counter* opini

Bidhumas Polda Jateng memilih *Youtube* sebagai media dokumentasi dan publikasi video. *Youtube* berisikan konten video, baik video dokumentasi unggah kasus, *press confrence*, namun juga berisikan video himbauan tentang keselamatan dan sebagainya. *Youtube* menjadi media pelengkap dari *website* Polda Jateng, sehingga bukan hanya berupa rilis berita (teks) namun didukung juga dengan video dokumentasi. Seperti yang disampaikan Ipda Wagiman:

“Kalau *youtube* itu sebagai media publikasi kita, sebagai *tools counter* opini juga tujuannya menunjukkan kinerja Polri itu seperti apa? Untuk melakukan *counter* opini kita menyuguhkan konten-konten video yang layak untuk disaksikan atau ditonton oleh masyarakat, tentunya video ini juga berisikan keberhasilan POLda Jateng beserta jajarannya dalam menangani kasus. Dan kita juga memberikan konten-konten mengenai himbauan untuk masyarakat dalam bentuk video (audio-visual) agar video yang kita unggah itu tidak monoton, bukan selalu keberhasilan tapi juga ada hiburannya.” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Pada penjelasan tersebut menegaskan bahwa media *online* seperti *youtube* digunakan sebagai *counter* opini. *Counter* opini dilaksanakan dengan cara memberikan pengetahuan seputar informasi dan menunjukkan kinerja/aktivitas Polri itu seperti apa kepada masyarakat. Tujuannya agar masyarakat dapat memahami kinerja Polri dan dalam pemilihan konten kebanyakan tentang keberhasilan Polda Jateng. Meski video lebih didominasi dengan konten-konten tentang keberhasilan, namun dalam akun *youtube* Bidhumas Polda Jateng juga diselipkan beberapa konten-konten untuk menghibur masyarakat.

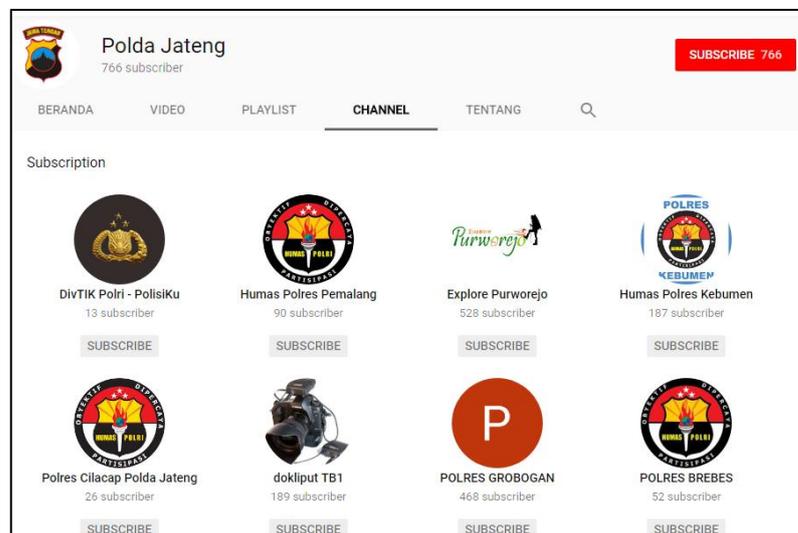


Gambar 3.10 Tampilan video pada *Youtube* Bidhumas Polda Jateng (sumber: *youtube* Bidhumas Polda Jateng diakses 6 November 2017)

Pada gambar diatas merupakan tampilan akun *youtube* Polda Jateng yaitu Bidhumas Polda Jateng. Pada akun Bidhumas Polda Jateng dapat dilihat video yang berisikan aktivitas Polda Jateng, baik berupa video himbauan maupun video hasil giat operasi zebra candi sampai video ungap kasus. Pada

akun *youtube* milik Bidhumas Polda Jateng dapat diketahui dari tahun 2014-2017 telah mengunggah video sebanyak 1095 video.

Berdasarkan hasil statistik tentang *official account* Bidhumas Polda Jateng yang telah beroperasi sejak 2 Maret 2014 dengan total jumlah penayangan sampai 6 November 2017 sebanyak 298.584 kali dengan berita tentang ungkap kasus, himbauan serta sosialisasi. Sebagai implementasi dari *cyber PR* ini, Bidhumas Polda Jateng menggunakan media *youtube* sebagai publikasi *online*. Publikasi *online* bertujuan dalam meningkatkan kepercayaan dan kesadaran masyarakat tentang Polri dengan memberikan video-video publikasi kegiatan Kepolisian. Video dokumentasi tersebut berisikan tentang Binkam, Lantas, Brimob, Mitra Polri, Giat Ops, Frame, dan Pembinaan Personel Polri.



Gambar 3.11 Tampilan pelanggan akun *Youtube* Humas Polda Jateng (sumber: *youtube* Bidhumas Polda Jateng diakses 6 November 2017)

Berikutnya pada gambar 3.11 memperlihatkan sejumlah *channel* atau saluran *subscribe* atau berlangganan yaitu sebanyak 766 *subscriber*. Tentunya

saluran-saluran lain ini menjadikan video-video yang telah diunggah oleh Bidhumas Polda Jateng pada akun *youtube*-nya ini sebagai bahan informasi dan bahan dalam membuat berita di media masing-masing. Tidak hanya akun *youtube* dari media lain yang telah berlangganan namun juga dari seluruh jajaran Polres yang ada dibawah naungan Polda Jateng.

Dari hasil data yang didapat pengelolaan media *online* seperti *Youtube* yang telah dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng sudah berjalan baik. Seperti selalu aktif dalam melakukan publikasi videonya, hingga saat ini mencapai unggah video mencapai 1.095 video. Namun dalam unggah videonya tersebut Bidhumas Polda Jateng tidak melakukan kategorisasi, sehingga tidak dapat diketahui jumlah pasti kategori per-video yang telah dilihat tersebut.

Berdasarkan data-data diatas Bidhumas Polda Jateng menggunakan *website* dan *youtube* sebagai implementasi *cyber* PR dengan memanfaatkannya sebagai *counter* opini. *Counter* opini ini digunakan untuk menekan berita-berita negatif tentang Polri dengan cara menyampaikan informasi tentang keberhasilan atau pencapaian Polri. Namun, dalam penyampaian pada *website* dan *youtube* tersebut Bidhumas Polda Jateng hanya memberikan informasi mengenai keberhasilan dan tidak memuat tentang berita negatif atau temuan negatif tentang internal Polda Jateng. Kebanyakan berita negatif disampaikan oleh media-media luar, dan Bidhumas Polda Jateng biasanya hanya melakukan klarifikasi berita.

2. Aktivitas *cyber PR* dalam meningkatkan citra

Berkat penanganan yang tepat dan cepat dalam pemanfaatan media *online* seperti *website*, Bidhumas Polda Jateng mendapatkan beberapa penghargaan yang diberikan oleh Kapolri atas keaktifannya. Diantaranya Bidhumas Polda Jateng mendapatkan penghargaan, sebagai *website* Polri terbaik se-Indonesia yaitu “<https://tribratanews.jateng.polri.go.id/>”, dengan peringkat pertama selama dua tahun berturut-turut 2016-2017. Hal tersebut disampaikan langsung oleh ibu Evy Narita S. SH. MH selaku Kaurren Subbag Renmin Bidhumas Polda Jateng bahwa :

“Kami mendapatkan beberapa penghargaan dari Kapolri atas inovasi dan kreativitas Bidhumas Polda Jateng sebagai *buzzer* berita Polri yang positif. Kami juga mendapatkan penghargaan untuk tribratanews.jateng.polri.go.id sebagai *website* Polri terbaik, rangking 1 selama dua tahun berturut-turut.” (Wawancara Kaurren Subbag Renmin Polda Jateng Evy Narita S. SH. MH, 20 Maret 2017)

Dari penjelasan diatas tersebut diketahui Polda Jateng lebih unggul dalam memanfaatkan dan mengelola *website* sebagai pusat berita. Bidhumas Polda Jateng dan jajarannya dengan arahan langsung Kapolri menghimbau untuk seluruh instansi Kepolisian agar dapat mengelola media-media baru sebagai pendukung program Promoter Polri. Caranya dengan mengelola pemberitaan seperti *trending topic*, menekan isu-isu negatif, dan aktif dalam mengangkat keberhasilan Polri. Diharapkan dengan pengelolaan yang baik maka program Promoter ini dapat berjalan dengan lancar. Dan diharapkan kesadaran masyarakat mengenai Polri meningkat dengan begitu citra baik pun akan akan meningkat pula.



Gambar 3.12 Piagam penghargaan “Ekspose Media *Mainstream*” dan “Inovasinya Secara Masiv Memanfaatkan Media Sosial sebagai *Buzzer* Berita Polri yang Positif”

(Sumber: Subbid PID Polda Jateng)

Bidumas Polda Jateng menggunakan *cyber PR* tidak hanya untuk memberikan informasi namun juga untuk meningkatkan citra (*image*) positif Polri khususnya di daerah Jawa Tengah. Dilihat pada gambar diatas dengan banyaknya penghargaan yang didapat oleh Bidhumas Polda Jawa Tengah. Pada 2016 mendapatkan 2 penghargaan (gambar 3.12), diantaranya pengharagaan karena telah berperan aktif dalam “Ekspose Media *Mainstream*”, yaitu aktif dalam memberikan berita tentang keberhasilan Polri pada media *mainstream*. Berikutnya Bidhumas Polda Jateng menjadi pelopor pemanfaatan media sosial sebagai media publisitas berita dan sarana penyebarluasan informasi, atas inovasi tersebut mendapatkan penghargaan “Inovasinya Secara Masiv Memanfaatkan Media Sosial sebagai *Buzzer* Berita Polri yang Positif”.



Gambar 3.13 Piagam Penghargaan “keaktifannya dalam diseminasi di media *mainstream*, media sosial, aktif didalam pelaporan dan tepat waktu”

(Sumber: Subbid PID Polda Jateng)

Pada tahun 2017 Bidhumas Polda Jateng yang memanfaatkan *website* berita Tribatanews.jateng.polri.go.id sebagai *news center* (pusat pemberitaan), dan media sosial sebagai media publisitas Polri. Atas keaktifan tersebut Bidhumas Polda Jateng mendapatkan penghargaan “keaktifannya dalam diseminasi di media *mainstream*, media sosial, aktif didalam pelaporan dan tepat waktu”. Berdasarkan piagam penghargaan seperti diatas menunjukkan bahwa Polda Jateng merupakan salah satu Polda terbaik yang ada. Dengan banyaknya penghargaan yang diterima oleh Bidhumas Polda Jateng cukup membuktikan keseriusan Polda Jateng dalam mendukung program Promoter Polri dengan aktif mengelola media *online*.

Berikutnya Bidhumas Polda Jateng yang diwakilkan oleh Ipda Wagiman selaku Tim Medsos menyampaikan dalam meningkatkan citra pada media *online* khususnya media sosial yang pertama harus dilakukan terlebih dahulu adalah meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat akan Polri. Jika kepercayaan masyarakat meningkat maka citra baik akan muncul dengan sendirinya. Berikut kutipan wawancaranya:

“Sebagai pemanfaatan media sosial ini adalah meningkatkan citra. Dalam meningkatkan citra ini yang harus kita tingkatkan adalah kepercayaan dan kesadaran masyarakat terhadap Polri. Caranya dengan aktif melakukan publikasi kegiatan Polri dan juga aktif dalam mengangkat keberhasilan atas pencapaian Polri.” (Wawancara Subbid PID Bidhumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Pada data yang telah didapat, Bidhumas Polda Jateng meningkatkan citra dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai implementasi dari *cyber PR* dan program Promoter. Yakni mengelola *trending topic*, menekan berita negatif dan aktif dalam memberitakan keberhasilan Polda Jateng. Dengan program Promoter ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan kesadaran masyarakat tentang Polri. Program Promoter ini bertujuan untuk meningkatkan dan menunjukkan citra Polri yakni sisi Humanis dari Polri.

Bidhumas Polda Jateng dengan arahan langsung dari Kapolri, berupaya meningkatkan citra dengan menunjukkan sisi humanis Polri. Sisi humanis yang ingin ditonjolkan berupa kegiatan Polda Jateng dan jajarannya dalam membantu atau menolong mengamankan ketertiban di lingkungan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh ibu Evy Narita S. SH. MH selaku Kaurren Subbag Renmin Bidhumas Polda Jateng mengenai citra humanis Polri sebagai berikut:

“Dari arahan Kapolri dengan adanya program Promoter ini, kita diharuskan memaksimalkan dan mengoptimalkan media *online*. Dari program itu Humas menjalankan manajemen media. Berupa kegiatan dalam pengelolaan media *online* dan *offline* yang ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan publik yang dilakukan dalam kegiatan seperti pendekatan terhadap media *mainstream*, kelola media sosial, gunakan intelijen media, angkat keberhasilan, tekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif dan kelola *trending topic*. Berdasarkan program tersebut Kapolri ingin menonjolkan sisi humanis Polri agar meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dalam implementasinya kita menggunakan media *online* seperti media sosial *facebook*, *twitter* dan *instagram*.” (Wawancara Kaurren Subbag Renmin Polda Jateng Evy Narita S. SH. MH, 20 Maret 2017)

Dari wawancara tersebut didapatkan hasil mengenai citra yang diinginkan ialah menonjolkan sisi humanis Polri. Dengan implementasi *cyber PR* Bidhumas Polda Jateng menggunakan media sosial sebagai sarana publisitasnya. Media sosial yang digunakan adalah *facebook*, *twitter*, dan *instagram* yang diharapkan dapat menjangkau khalayak luas.

Tidak lupa bahwa media *online* adalah media populer yang digemari sekarang ini oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa salah satunya yaitu media sosial. Dari namanya saja media ini bertujuan untuk melakukan interaksi sosial dalam dunia maya (internet). Humas Polda Jateng juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi informasinya selain *official website* dan *youtube*. Pada akun media sosial diharapkan terjadinya interaksi antara masyarakat-Polri sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan adanya komunikasi dua arah. Seperti yang disampaikan oleh Ipa Wagiman dalam wawancara sebagai berikut:

“Tentu mas, contohnya seperti di media *online*. Media online atau media sosial ya mas, kan disana telah disediakan kolom komentar ya, jadi kita dapat berinteraksi disana melakukan tanya jawab. Karena emang seperti itu seharusnya (kewajiban) kerja kita mas kan kita mau melakukan *counter* opini ya mas. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Polri.” (Wawancara Subbid PID BidHumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Sebagai media pendukung aktivitas Bihumas Polda Jateng, media sosial dipilih karena cocok dan sangat dikagumi sekarang ini. Media sosial dipilih untuk mendukung segala aktivitas dan publikasi kegiatan Polda Jateng. Berikut akan dijelaskan lebih lanjut tentang media sosial yang ada dan kegunaannya:

a. *Facebook*

Pertama pemanfaatan media sosial *Facebook*. Media sosial seperti *facebook* merupakan salah satu media sosial yang populer karena lebih praktis dan mudah. Bidhumas Polda Jateng pun melihat *facebook* sebagai media yang memiliki potensi tinggi dalam pelaksanaan program Promoter Polri, sehingga Bidhumas Polda Jateng memilih *facebook* sebagai media yang membantu atau pendukung dalam publikasi rilis berita yang ada pada *website*.



Gambar 3.14 Tampilan berada pada akun *Facebook* Humas Polda Jateng

(sumber: *Facebook* @humaspoldajtg diakses 6 November 2017)

Media sosial seperti *Facebook* digunakan oleh Humas Polda Jateng dalam menyampaikan dan menginformasikan berita dengan sedikit ulasan berita dan telah disediakan juga *link* yang langsung terhubung dengan *website*. Contohnya seperti dalam gambar 3.14 yang menampilkan halaman atau branda dari akun *Facebook* Humas Polda Jateng, dimana pada bagian pojok kiri atas terdapat logo Polda Jateng dan dibawah logo tersebut ada nama akun *Facebook*-nya yaitu @humaspoldajtg. Dapat kita lihat juga pada bagian tengah terdapat aktivitas seperti kiriman atau *posting*-an sepotong berita dengan foto dan *link* yang telah disediakan untuk terhubung dengan *website*.

Pada bagian kanan terdapat beberapa kolom, kolom pertama tentang organisasi pemerintah yang menjelaskan bahwa akun tersebut merupakan organisasi pemerintah dan mendapatkan *rate* bintang sebanyak 4,9 bintang. Kolom kedua berisikan komunitas terlihat bahwa akun *Facebook* ini disukai oleh 2.866 orang dan diikuti oleh 2.998 orang. Kolom ketiga berisikan tentang, disini disediakan nomor telepon Humas Polda Jateng yaitu 024-8448004 dimana masyarakat dapat menghubungi jika sewaktu waktu ingin melapor atau membutuhkan informasi lebih lanjut.



Gambar 3.15 Tampilan ulasan pada akun *Facebook* Humas Polda Jateng
(sumber: *Facebook @humaspoldajtg* diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.15 berisikan tampilan mengenai ulasan dari masyarakat. Pada ulasan ini masyarakat dapat memberikan kritikan, masukan dan saran untuk Humas Polda Jateng. Akun *Facebook* dengan nama Humas Polda Jawa Tengah mendapatkan penilaian dari masyarakat sebesar 4,9 bintang dari 5 bintang, dengan pesentase 12 orang memberikan 5 bintang yang berarti mereka menilai bahwa Bidhumas Polda Jateng telah sangat optimal dalam memberikan informasi dan 4 orang memberikan 2 bintang dengan bagus dalam mengelola media sosial tersebut. Tidak lupa pada kolom disebelah terdapat beberapa kiriman dari masyarakat, contohnya dari akun bernama @Bhara Tigalima yang memberikan dukungan kepada Polda Jateng dengan menuliskan “Semakin Jaya Polda Jateng...”. Bahkan ada yang memberikan ucapan “Tako Baloh minal wamingkum mohon maaf lahir dan batin” dikirim oleh @sandy pratama. Ini semua menunjukkan bahwa masyarakat mendukung segala aktivitas dan kegiatan Polda Jateng, dilihat dari kiriman pada ulasan yang ada.



Gambar 3.16 Tampilan laporan warga pada akun *Facebook* Humas Polda Jateng (sumber: *Facebook @humaspoldajtg* diakses 6 November 2017)

Berikutnya pada gambar 3.16 berisikan kiriman atas laporan masyarakat yang ditujukan kepada Polda Jateng. Kiriman tersebut dikirim oleh @Ibrahim Khan yang melaporkan mengenai perjudian togel yang marak terjadi di wilayah Brebes dan berharap Polda Jateng dapat menyelesaikan kasus tersebut. Sesuai dengan peraturan yang berlaku bahwa laporan atau kiriman warga harus di periksa terlebih dahulu dengan pihak terakit agar dapat diteruskan. Seperti hasil wawancara dengan Ipda Wagiman sebagai berikut:

“Ya yang pasti kita bales, tapi kita cek lagi apakah data yang dia (masyarakat) berikan itu fakta, ya misal kaya laporan kecelakaan gitu kan ya mas, kita akan meneruskan laporan tersebut kepihak atau instansi terkait. Contoh lain misal ada laporan masalah lalin (pelanggaran lampu lalu lintas) yang kemudian kena tilang dan harus membayar (pungli), maka laporan tersebut kita teruskan ke Propam, kita teruskan juga ke Mabes tentang masalah pungli tersebut. Kita (Humas) tentunya akan melakukan interaksi tidak hanya diam atau dibiarkan.” (Wawancara Subbid PID BidHumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Dari hasil wawancara diatas, Bidhumas Polda Jateng sebelum menangani tanggapan dan komentar, mereka harus melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan pihak-pihak terkait. Dengan melakukan koordinasi tersebut diharapkan informasinya akan jelas dan lebih akurat. Jadi dapat meminimalisir kesalahan atau *miss-communication*. Namun dari temuan data, Bidhumas Polda Jateng tidak melakukan interaksi seperti yang dimaksud. Misalnya saja laporan-laporan dari masyarakat (contoh gambar 3.17) pada kiriman pengunjung di akun *Facebook* Bidhumas Polda Jateng, tidak ada tanggapan ataupun konfirmasi dari kiriman tersebut.

Berdasarkan temuan data-data yang ada yaitu pemanfaatan media sosial seperti *Facebook*, Bidhumas Polda Jateng sudah baik dan aktif terutama dalam membantu publikasi rilis berita. Terlihat dengan aktif mem-*posting* beritanya setiap hari, dan juga ada tanggapan dari masyarakat sekitar yang membuat *Facebook* sekaligus menjadi forum publisitas Bidhumas Polda Jateng. Namun dikarenakan akun *Facebook* diperuntukkan dalam membantu publikasi rilis berita, jadi tanggapan masyarakat yang tertera dalam kiriman pengunjung tidak terlalu diperulikan. Karena dalam laporan atau pengaduan seperti tersebut sudah ada bidangnya tersendiri seperti Propam dan Bidhumas Polda Jateng hanya akan meneruskan laporan tersebut.

b. *Twitter*

Media sosial kedua yang digunakan oleh Bidhumas Polda Jateng sebagai sarana publikasinya ialah *Twitter*. Pemilihan *Twitter* sebagai sarana publikasi adalah karena media sosial ini jauh lebih simpel. Media sosial seperti

Facebook dan *Twitter* digunakan sebagai sarana penunjang publikasi dalam kegiatan Polda Jateng. Media sosial *Twitter* berisikan konten yang sama dengan akun *Facebook* Bidhumas Polda Jateng yakni berisikan *lead* berita, gambar pendukung dan *link*.



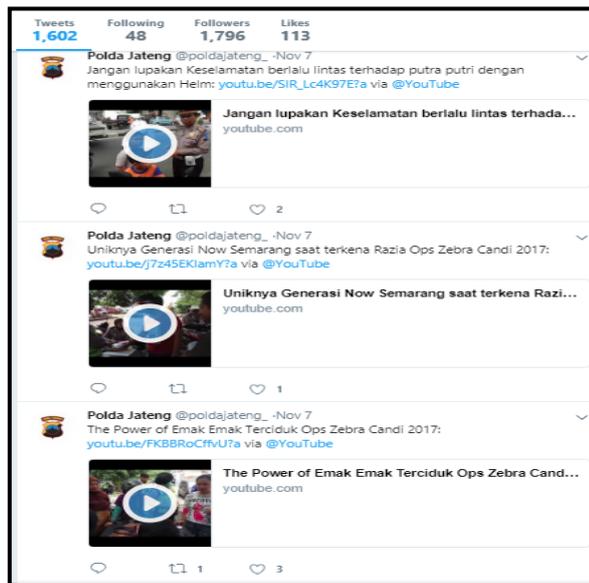
Gambar 3.17 Tampilan akun *Twitter* Humas Polda Jateng (sumber: *Twitter* @poldajateng_ diakses 6 November 2017)

Diatas merupakan tampilan beranda akun *Twitter* Bidhumas Polda Jateng dengan nama akun *Twitter*-nya @poldajateng_, pada pojok kiri atas terdapat logo Bidhumas Polda Jateng dan dibawahnya tertera mengenai info tentang akun *Twitter* tersebut. Akun *Twitter* tersebut telah terhubung dengan *website*, dapat dilihat dari *link* yang tertera pada gambar diatas yaitu Tribatanews.jateng.Polri.go.id. Dimana akun ini telah aktif sejak Juni 2014 hingga sekarang. Pada bagian tengah kita dapat melihat total jumlah kiriman atau *tweets* per November 2017 mencapai 1.602 kiriman. Sedangkan untuk mengikuti (*following*) akun lain sebanyak 48 akun serta diikuti (*followers*) sebanyak 1.796 orang dan total suka (*like*) mencapai 113. Masih sama dengan akun *Facebook*, *Twitter* digunakan untuk melakukan penyebarluasan berita yang telah dihubungkan dengan *website* dan *youtube*.



Gambar 3.18 Tampilan konten berita pada akun *Twitter* Bidhumas Poldajateng (sumber: *Twitter* @poldajateng_ diakses 6 November 2017)

Gambar 3.18 memperlihatkan contoh berita mengenai aktivitas Polres Sukoharjo dalam kegiatan peduli pengurangan pemanasan global yang dilakukan di Polsek Bendosari. Karena media sosial seperti *facebook* dan *Twitter* lebih ditujukan untuk mengekspose kegiatan Poldajateng maka konten berita yang dimuat juga harus menunjukkan sikap Polri yang humanis atau mengayomi seperti yang telah disampaikan oleh Ipda Wagiman sebelumnya. Pemilihan konten berita dan gambar dapat memberikan efek yang positif bagi Poldajateng, dengan pemilihan berita yang sesuai maka diharapkan dapat menarik simpati warga hingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Polri.



Gambar 3.19 Tampilan kiriman dari akun *Twitter* Bidhumas Polda Jateng (sumber: *Twitter* @poldajateng_ diakses 6 November 2017)



Gambar 3.20 Tampilan kiriman dari akun *Twitter* Bidhumas Polda Jateng (sumber: *Twitter* @poldajateng_ diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.19 dan gambar 3.20 memperlihatkan berita mengenai aktivitas Polda Jateng. Baik itu berupa kegiatan operasi zebra candi 2017 atau razia sampai himbuan yang dilakukan oleh Polda Jateng yang telah tersambung dengan akun *youtube* Humas Polda Jateng. Pada 2 contoh gambar diatas telah memperlihatkan implementasi *cyber* PR yang telah

dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng. Yakni Bidhumas Polda Jateng telah melakukan sinkronisasi antar *website, Youtube, Facebook* dan *Twitter*. Sebagai implementasi *cyber PR* ini dapat mempermudah penyampaian pesan dan informasi.

Berdasarkan data-data diatas dapat disimpulkan media sosial seperti *Twitter* digunakan untuk menyapaikan pesan atau publikasi berita layaknya *Facebook*. Dengan Implementasi *cyber PR* Bidhumas Polda Jateng melakukan sinkornisasi atau menggabungkan tiga media sekaligus dalam penyampaian informasinya.

c. *Instagram*

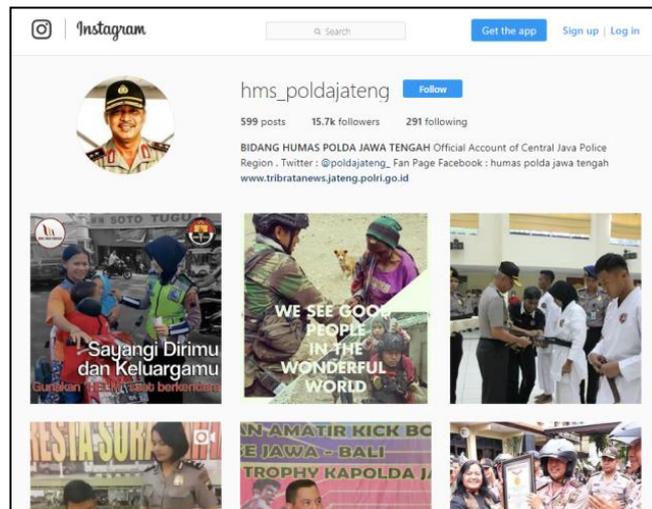
Berikutnya Bidhumas Polda Jateng sebagai media andalan dalam publikasi kegiatan ialah media sosial *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto serta video dan memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Dengan *Instagram*, Bidhumas Polda Jateng mengabadikan aktivitas yang ada di wilayah Polda Jateng berupa foto atau video yang telah dilakukan dan di-*publish* agar dapat dilihat oleh masyarakat. Keegiatannya bermacam-macam mulai dari kunjungan, himbauan, hiburan serta informasi teraktual. Berikut wawancara dengan Ipda Wagiman:

“Kalau *Instagram* itu sebenarnya sama semua yaa mas intinya media online yang kita punya buat publikasi kegiatan. Kalau di IG kan kita publikasi kegiatan sehari-hari Polda Jateng misal melakukan kunjungan kemana atau melakukan pertemuan dengan siapa. Atau bahkan IG kita jadikan wadah dalam menampilkan foto-foto menarik ya mas seperti foto kegiatan Polri menolong masyarakat, mengayomi, membantu menertibkan dan sebagainya.

Sehingga publikasi-publikasi seperti dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.” (Wawancara Subbid PID BidHumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui, Bidhumas Polda Jateng menggunakan *Instagram* sebagai media publikasi kegiatan Polda Jateng dan jajarannya. Dapat diketahui penggunaan media sosial *Instagram* dengan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* memiliki fungsi yang berbeda. Jika media sosial *Facebook* dan *Twitter* digunakan sebagai media pendukung publikasi penyebarluasan rilis berita dan informasi. Maka *Instagram* digunakan sebagai sarana penunjang publikasi dari aktivitas atau kegiatan Polda Jateng dan jajarannya.

Pemanfaatan media sosial seperti *Instagram* ini salah satunya bertujuan dalam mendukung kegiatan dari program Promoter yakni manajemen media. Salah satunya adalah aktif dalam mengangkat keberhasilan Polda Jateng dan juga aktif dalam menekan berita negatif. Sebagai implementasinya Bidhumas Polda Jateng adalah dengan aktif dalam memperlihatkan aktivitas-aktivitas positif Polda Jateng pada setiap unggahannya pada akun *Instagram* Bidhumas Polda Jateng. Pada setiap unggahannya Bidhumas Polda Jateng selalu menonjolkan sisi humanis sesuai dengan citra yang ingin mereka bentuk. Contohnya seperti unggahan foto menolong masyarakat, evakuasi korban bencana, mengayomi masyarakat, membantu menertibkan keamanan masyarakat dan sebagainya.

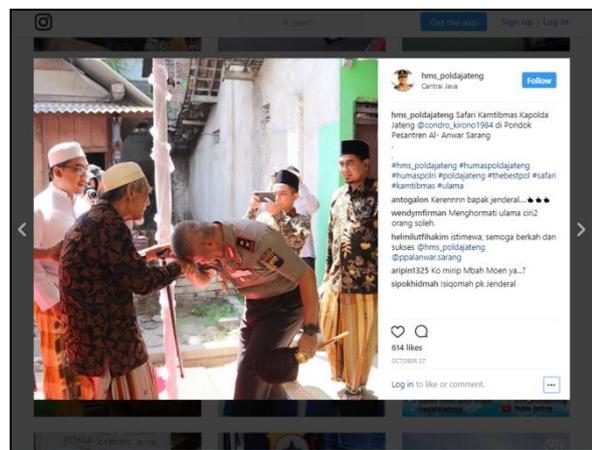


Gambar 3.21 Tampilan beranda akun *Instagram* Humas Polda Jateng (sumber: *Instagram* @hms_poldajateng diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.21 merupakan contoh gambar tampilan *Instagram* milik Bidhumas Polda Jateng. Dengan total 599 kiriman, 15,7k pengikut, dan 291 orang yang diikuti oleh Bidhumas Polda Jateng. Pada gambar diatas memperlihatkan *posting*-an yang ada berupa himbauan, kunjungan Kapolri Polda Jateng, bahkan kegiatan yang menunjukkan sisi humanis Polri seperti menolong warga kebanjiran, sambang ke pondok pasantren, bahkan surat ucapan terimakasih seorang warga atas penyelidikan kasus, kemudian ada Polri peduli, menyediakan air bersih bagi warga yang kekeringan dan menolong seorang ibu melahirkan. berikut gambar-gambar yang menunjukkan sisi humanis Polri pada *Instagram* Bidhumas Polda Jateng @hms_poldajateng:



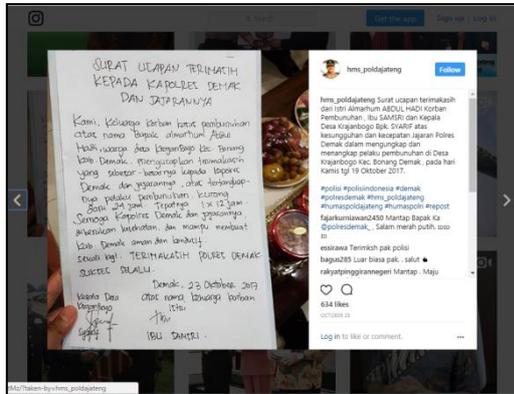
Gambar 3.22 Polda Jateng membantu warga evakuasi banjir (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)



Gambar 3.23 kunjungan Polda Jateng ke pondok pesantren (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)



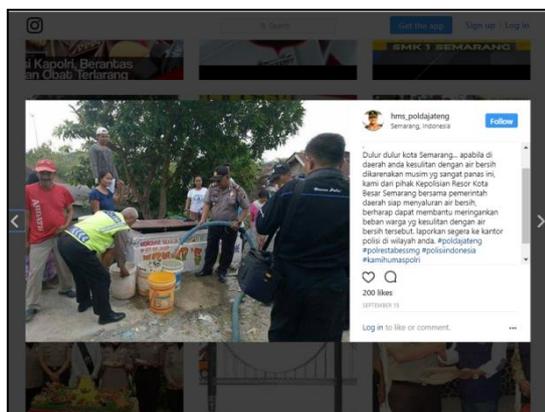
Gambar 3.24 Kunjungan Polda Jateng ke pondok pesantren (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)



Gambar 3.25 Surat kiriman masyarakat (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)



Gambar 3.26 Kunjungan Polda Jateng ke Pondok Pesantren (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)



Gambar 3.27 Polda Jateng menyediakan air bersih bagi warga (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)

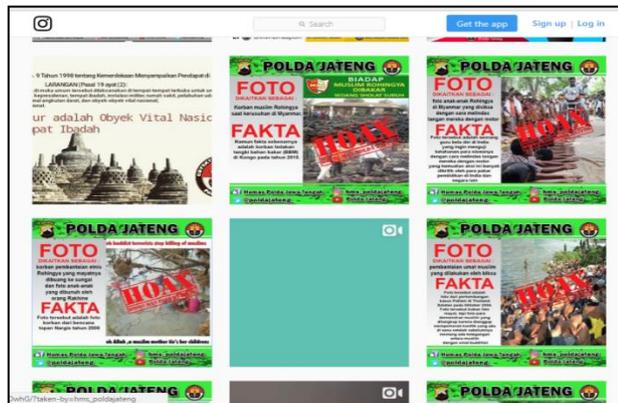


Gambar 3.28 Anggota Polres Demak menolong mengamakanseorang ibu melahirkan (sumber: *Instagram @hms_poldajateng* diakses 6 November 2017)

Pada temuan data berupa gambar-gambar diatas menunjukkan aktivitas-aktivitas Polda Jateng dan jajarannya dalam bekerja. Dapat dilihat pada setiap unggahan foto pada akun *Instagram* Bidhumas Polda Jateng yaitu @hms_poldajateng selalu menampilkan foto berkonten *human interest*. Fotografi *human interest* merupakan teknik pengambilan gambar atau objek kehidupan seseorang yang menggambarkan suasana/mood dan menimbulkan simpati dari orang yang melihatnya. Teknik fotografi *human interest* merupakan bagian dari fotojurnalisme, dimana foto yang diambil dapat menggambarkan kehidupan dan interaksi manusia dengan lingkungannya, dan lalu bertujuan supaya mengetuk hati orang-orang untuk bersimpati dan melakukan sesuatu untuk membantu subjek foto.

Di dalam fotojurnalisme, *human interest* termasuk dalam bagian *feature*. Bagian ini biasanya sisipan dan bukan untuk berita utama. Kategori *human interest* lebih banyak tentang kehidupan individu atau masyarakat biasa yang jarang diulas. Bidhumas Polda Jateng menggunakan teknik ini

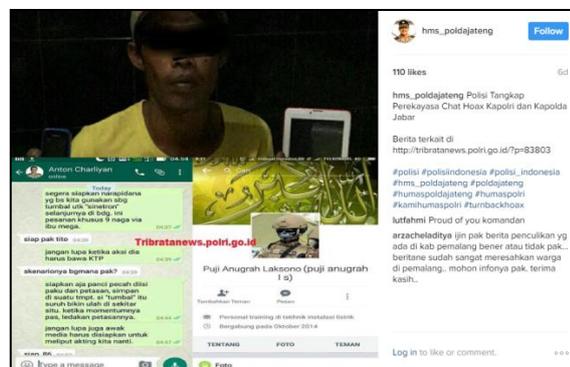
dalam menunjang citra yang ingin dibentuk, dengan menyuguhkan foto-foto yang bersifat manusiawi atau humanis.



Gambar 3.29 Tampilan beranda akun *Instagram* Humas Polda Jateng (sumber: *Instagram* @hms_poldajateng diakses 6 November 2017)



Gambar 3.30 Tampilan beranda akun *Instagram* Humas Polda Jateng (sumber: *Instagram* @hms_poldajateng diakses 6 November 2017)



Gambar 3.31 Tampilan beranda akun *Instagram* Humas Polda Jateng (sumber: *Instagram* @hms_poldajateng diakses 6 November 2017)

Dari temuan data pada akun *Instagram* Bidhumas Polda Jateng membuktikan bahwa pada unggahan foto maupun videonya tidak hanya memuat gambar-gambar atau video yang menunjukkan sisi humanis Polri. Bidhumas Polda Jateng juga aktif dan gencar dalam melakukan publikasi himbauan, seperti himbauan mengenai berita palsu (*hoax*). Karena dalam media *online* berita palsu (*hoax*) sangat mudah dan penyebarannya pun cepat dalam media *online*. Seperti pada contoh gambar (3.29, 3.30 dan 3.31) diatas memperlihatkan unggahan foto-foto berita palsu dan fakta yang telah di periksa oleh Polda Jateng dan telah dipublikasikan ke publik, diharapkan informasi seperti tersebut dapat membbuat masyarakat menjadi lebih tenang atas terkuaknya fakta berita paslu tersebut.

Berdasarkan hasil temuan data pada akun *Instagram* Bidhumas Polda Jateng (@hms_poldajateng), sebagai implementasi *cyber* PR dalam meningkatkan citra, Bidhumas Polda Jateng memilih teknik fotojurnalisme *human interest* sebagai faktor pendukung citra yang ingin dibentuk. Pemilihan teknik ini tentunya sangat tepat karena Bidhumas Polda Jateng menginginkan untuk menonjolkan sisi humanis Polri. Pemilihan teknik tersebut juga mendukung dalam pengelolaan rilis berita. Pada teknik penulisan berita Bidhumas Polda Jateng menggunakan teknik jurnalistik berita *feature* dan teknik pengambilan gambar menggunakan teknik fotojurnalistik *human interest*. Dimana kedua teknik tersebut saling berkaitan dan memiliki peran yang bagus dalam menningkatkan citra.

Bidhumas Polda Jateng pada sisi lain juga memiliki aktivitas lain sebagai implementasi *cyber PR* ini. Yakni memanfaatkan internet sebagai forum publisitasnya seperti mesin pencarian (*search engine*), dan membuat forum komunikasi dengan email atau *mailing list* (Milis)

a) Publisitas *search engine* (mesin pencari) *Google/Yahoo*

Pada kenyataannya, seorang praktisi PR masa kini dituntut untuk memahami dan menerapkan perluasan informasi melalui media internet demi kelangsungan perusahaannya. Internet sendiri adalah jaringan komputer yang memungkinkan informasi dapat diakses secara bebas di seluruh penjuru dunia (tentunya yang mempunyai akses internet).

Mesin pencari (*search engine*) merupakan salah satu produk aplikasi internet yang secara singkat adalah sebuah aplikasi yang membantu anda untuk menemukan konten/informasi secara cepat. Humas Polda Jateng memanfaatkan aplikasi ini untuk menyediakan berbagai informasi yang sekiranya perlu diketahui oleh masyarakat. Untuk perusahaan sendiri, aplikasi ini banyak sekali manfaatnya, diantaranya untuk melakukan promosi, publisitas, serta semua yang berkaitan dengan informasi/komunikasi publik-publik yang berkaitan.

Dengan menggunakan media online, terdapat beberapa keuntungan yang bisa diambil, diantaranya akses cepat, biaya lebih hemat dan bisa diakses oleh siapapun. Publisitas itu sendiri bermanfaat untuk membentuk citra pada masyarakat, dengan seorang PR menerjunkan informasi komunikasi melalui *search engine*, yang berarti informasi tersebut dapat

ditemukan melalui *search engine*, maka secara garis besar seorang PR tersebut sudah melakukan publisitas positif tentunya karena memperlihatkan suatu peluang kompetisi yang telah diambil oleh perusahaan secara maksimal melalui media internet. Seperti yang disampaikan oleh Ipda Wagiman tentang *search engine*:

“Dapat dilihat di *Google search* ya tentang *tribratanews Polda Jateng* itu teratas, karena kita sering melakukan publisitas pada setiap media *online*.” (Wawancara Subbid PID BidHumas Polda Jateng Ipda Wagiman 6 November 2017)



Gambar 3.32 Tampilan *search engine website*
Humas Polda Jateng di *Google*

(sumber: <https://www.google.co.id/search> diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.32 merupakan adanya publisitas *search engine* ini mempermudah masyarakat dalam mencari informasi yang dibutuhkan hanya dengan memasukan kata kunci (*key words*). Maka informasi yang diinginkan akan segera muncul dan tinggal memilih sesuai kebutuhan. Seperti yang disampaikan oleh Apriska Fitriani mahasiswi Universitas Diponegoro jurusan Ilmu Komunikasi:

“kalau mau mencari informasi biasanya di *Google* ya karena itu gampang dan simpel, jadi nanti kan tinggal pilih aja dari pilihan yang muncul disana. Biasanya yang paling atas itu yang paling sering dikunjungi orang. biasanya kalau mau cari berita tentang Polda Jateng itu di *Google search* langsung sih, soalnya nanti kan kita bisa lihat juga pemberitaan dari media lain ya...”

“berita yang aku cari biasanya itu tentang kriminalitas atau kecelakaan, tapi lebih banyak sih tentang razia. Soalnya razia sekarang itu lagi giat giatnya.” (Wawancara dengan Apriska Fitriani, mahasiswi UNDIP jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol 6 November 2017)

Lebih lanjut Apriska juga menyebutkan bahwa berita yang sering dicarinya adalah berita tentang kriminalitas, kecelakaan dan operasi zebra candi (razia). Berita yang dia cari tersebut merupakan berita-berita tentang profesionalisme Polisi. Seperti Polisi yang melakukan aktivitasnya sosialisasi rambu lalu lintas, mengamankan demo atau aktivitas yang menunjukkan sisi humanis Polisi.



Gambar 3.33 berita tentang Operasi Zebra Candi 2017 Polres Brebes, Tetap kedepankan sisi Humanis dalam Penindakan (sumber: <https://tribrataneews.jateng.polri.go.id/2017/11/01/operasi-zebra-candi-2017-polres-brebes-tetap-kedepankan-sisi-humanis-dalam-penindakan/>)

Dapat dilihat gambar diatas merupakan salah satu upaya Bidhumas Polda Jateng dalam menunjukkan atau mensosialisasikan program Promoter (Profesional, Modern dan Terpercaya) dengan memberikan berita tentang operasi zebra candi namun tetap mengedepankan sisi humanis dalam melakukan penindakan.

b) *Mailing list*

Bidhumas Polda Jateng menyediakan *milis* pada jajaran kepolisian di daerah Jawa Tengah gunanya mempermudah komunikasi antar instansi kepolisian dalam pelaporan. *Milis* atau *mailing list* merupakan grup diskusi di internet, dimana setiap orang bisa berlangganan dan berikutserta didalamnya. Anggota milis dapat membaca surat dari orang lain dan kemudian mengirimkan balasannya. Secara sederhana, milis adalah sebuah daftar alamat surat elektronik yang mempunyai kesukaan/kepentingan yang sama (<https://id.wikipedia.org/wiki/Milis> diakses 5 Febuari 2018). Saat seseorang mengirimkan surat yang kemudian dikirimkan ke semua orang yang terdapat di dalam daftar, penerima pesan memiliki kebebasan untuk membalas topik diskusi tersebut atau tidak.

Setiap kali ada orang membalas sebuah surat, surat tersebut disalurkan ke setiap kotak surat masing masing orang yang terdapat di dalam daftar. Semua proses ini diatur oleh sebuah program yang dinamakan Mailing List Manager (MLM's) atau Mail Servers. Penyedia layanan milis yang dikenal luas antara lain adalah yahoogroups.com dan googlegroups.com.

Daftar untuk penggunaan milis dapat disebut sebagai daftar distribusi. Dalam milis yang legal atau tidak bermuatan spam, individu dapat berlangganan atau berhenti berlangganan sendiri. Pada temuan data dari internet, Polres Demak pernah menggunakan *milis* pada tahun 2013. Dengan memilih layanan dari yahoogroups.com sebagai penyedia layanan milisnya. Berikut contoh milis yang pernah ditemukan oleh peneliti di internet:

The screenshot shows the 'About' page of a Yahoo! Group named 'polres_demak'. It is a public group with 55 members. The group description is 'Wadah Komunikasi Polres Demak dan Jajarannya'. The group information section lists 55 members, a category of 'Police and Law Enforcement', a founding date of 'Oct 7, 2010', and the language as 'English'. The group settings indicate it is a public group with no moderation. The group email addresses are listed as follows:

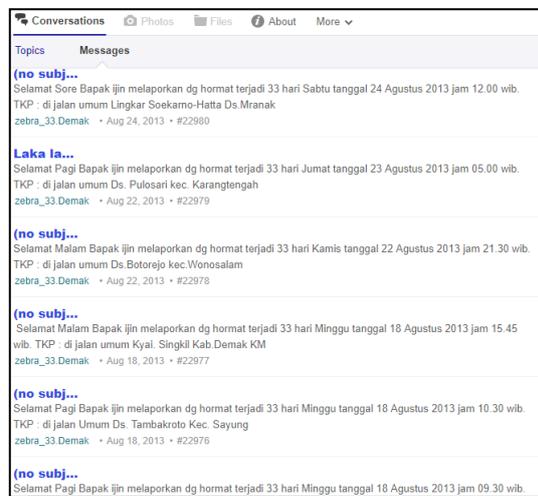
- Post Message : polres_demak@yahogroups.com
- Subscribe : polres_demak-subscribe@yahogroups.com
- Unsubscribe : polres_demak-unsubscribe@yahogroups.com
- List Owner : polres_demak-owner@yahogroups.com

The message history table shows the following data:

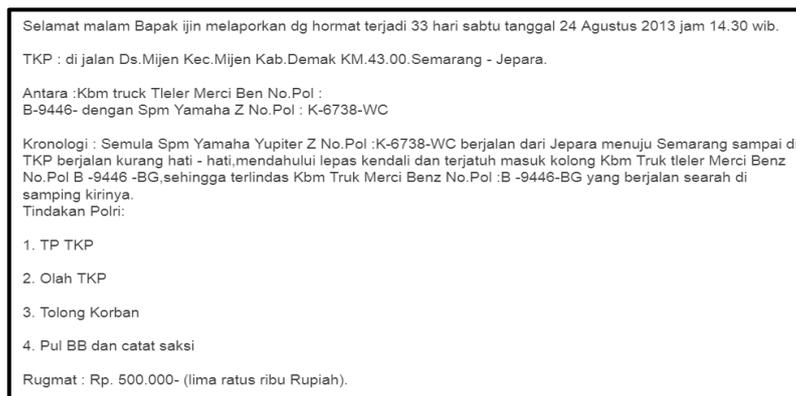
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
2013	27	35	13	20	23	8	19	24				
2012	35	26	50	53	38	24	19	20	29	34	25	26
2011	2302	2139	2056	1768	1867	1597	1556	1465	1535	773	78	12
2010										716	2261	2308

Gambar 3.34 Contoh miling list Polres Demak kepada Polda Jateng (sumber: https://groups.yahoo.com/neo/groups/polres_demak diakses 6 November 2017)

Dari data yang didapat (gambar 3.34) pada akun grup milis polres_demak mulai beroperasi dari tahun 2010 dan berhenti beroperasi pada tahun 2013. Akun milis Polres Demak tersebut diperuntukkan dalam pelaporan oleh anggota Polres Demak. Milis tersebut dijadikan grup pelaporan terkait kejadian atau laporan terbaru di wilayah hukum Polres Demak.



Gambar 3.35 Contoh miling list Polres Demak kepada Polda Jateng (sumber: https://groups.yahoo.com/neo/groups/polres_demak diakses 6 November 2017)



Gambar 3.36 Contoh miling list Polres Demak kepada Polda Jateng (sumber: https://groups.yahoo.com/neo/groups/polres_demak diakses 6 November 2017)

Pada gambar 3.35 merupakan contoh pesan pada grup diskusi tersebut. Pesan yang disampaikan tersebut berisikan laporan oleh anggota Polsek Demak yang melapor kepada Polres Demak. Dan pada gambar 3.36 merupakan salah satu contoh pesan yang berisikan laporan mengenai kecelakaan kendaraan sepeda motor di wilayah Polres Demak. Grup milis ini digunakan untuk mempermudah komunikasi dan pelaporan pada jajaran Kepolisian Demak.

Namun pada temuan data, peneliti mendapatkan bahwa milis tersebut telah berhenti beroperasi. Tidak diketahui secara pasti apa penyebab berhenti pengeoperasian milis tersebut. Padahal dengan menggunakan milis ini dapat mempermudah kerja Polda Jateng dan Jajarannya, dengan menggunakan internet pesan jadi lebih mudah diolah, diproses dan cepat tersampaikan.

B. Analisis data

Pada bagian analisis ini, peneliti akan menganalisis data yang telah diperoleh pada bagian sebelumnya yakni sajian data. Data-data tersebut akan dianalisa untuk mengetahui bagaimana implementasi *cyber* PR Bidhumas dalam meningkatkan citra Polda Jateng. Adapun metode yang peneliti gunakan dalam menganalisis data ialah metode deskriptif kualitatif, yakni dengan cara menggambarkan hasil temuan data dan disajikan untuk kemudia dihubungkan dengan teori yang digunakan sesuai dengan permasalahan yang diambil. Lebih jelasnya peneliti akan menganalisa data berdasarkan penerapan empat peran *cyber* PR yakni sebagai teknisi komunikasi, penasihat ahli, fasilitator komunikasi dan fasilitator pemecah masalah yang telah dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng sebagai berikut:

1. Implementasi *cyber* PR Bidhumas Polda Jateng

Cyber PR adalah kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan sarana media elektronik internet dalam membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada publik atau khalayak dan dapat dilakukan secara *one to one communication* yang bersifat interaktif. Seperti yang telah sebutkan Hidayat (2013: 93) bahwa *Cyber* PR adalah inisiatif sebagai cara atau strategi kerja akademisi dan praktisi PR dengan menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya atau disebut pula dengan istilah PR Digital. Bidhumas Polda Jateng melakukan implmentasi *cyber* PR dalam menjalankan program Promoter, yang salah satunya adalah manajemen media.

Pada manajemen media ini dibagi menjadi 7 aktivitas yaitu pendekatan terhadap media *mainstream*, kelola media sosial, gunakan intelijen media, angkat keberhasilan, tekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif dan kelola *trending topic*. Pada penerapan peran PR, mengutip dari pernyataan Ruslan (2005: 10-11) yang menyebutkan empat fungsi utama seorang PR yaitu, sebagai komunikator, fungsi membangun atau membina hubungan yang positif dengan pihak lain, fungsi sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan (*back up management*) dan fungsi sebagai pembentuk atau menciptakan citra perusahaan/ instansi. Peneliti melihat bahwa Bidhumas Polda Jateng telah melakukan fungsi PR dan menerapkannya dalam aktivitas kehumasannya.

Penerapan peran tersebut telah dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng. Pertama sebagai komunikator, Bidhumas Polda Jateng selaku bidang hubungan masyarakat selalu memberikan informasi terbaru baik ke pada masyarakat ataupun media dengan membuat rilis berita atau bahkan melakukan konferensi pers. Kedua fungsi membangun dan membina hubungan dengan pihak lain, Bidhumas Polda Jateng aktif dalam melakukan kunjungan ke media lain dan melakukan silaturahmi baik media online ataupun cetak. Ketiga fungsi pendukung manajemen, Bidhumas aktif dalam melakukan monitoring media baik cetak ataupun *online* dengan memberikan laporan atas pemberitaan di media ini bertujuan untuk mencegah isu-isu negatif. Keempat fungsi dalam membentuk citra, Bidhumas telah melakukan beberapa tindakan dalam membentuk citra, yakni dengan melakukan *counter*

opini, menyediakan *website* sebagai portal berita sehingga informasinya dapat dipertanggungjawabkan, dan memanfaatkan media sosial sebagai pembentukan citra dengan aktif dalam menyuguhkan foto-foto/video dokumentasi yang memperlihatkan keberhasilan Polda Jateng.

Peran *cyber* PR yang telah diterapkan oleh Bidhumas Polda Jateng ialah memanfaatkan media online sebagai sarana publisitasnya dan sebagai meningkatkan citra. Seperti yang disampaikan oleh Cutlip (2000) yang menjelaskan 4 peranan PR dalam melakukan publikasi yaitu sebagai teknisi komunikasi, penasihat ahli, fasilitator komunikasi, dan pemecahan masalah. Berikut peneliti akan menjelaskan implementasi *cyber* PR Bidhumas Polda Jateng:

a. Teknisi komunikasi (*communication technician*)

Praktisi PR dikatakan berperan sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*) bila pekerjaannya sehari-hari hanyalah menerima perintah dari atasan. Umumnya, pekerjaan yang dilakukan antara lain, menulis, mengedit, membuat *press release*, *website*, *annual report* (laporan tahunan), mempersiapkan pidato dan pekerjaan teknis lainnya. Syarat yang diperlukan bagi seorang teknisi komunikasi adalah kreatif, artistik dan mempunyai keterampilan teknis.

Bidhumas Polda Jateng dalam perannya sebagai teknisi komunikasi, ialah berperan dalam menyediakan layanan teknis komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan aktivitas PR. Adapun peran Bidhumas Polda Jateng sebagai teknisi komunikasi dalam *cyber* PR yaitu berkaitan dengan media

onlin, menyediakan media-media *online* sebagai publisitasnya. Pemanfaatan media *online* sebagai peran teknisi komunikasi merupakan hal yang sering dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng yaitu menyediakan berbagai media, baik cetak, elektronik sampai media *online*. Untuk menjalankan peran ini Bidhumas Polda Jateng berperan aktif dalam menyediakan berbagai informasi baik kepada publik eksternal ataupun internal dalam bentuk apapun.

Peran teknisi komunikasi dilaksanakan oleh divisi Penerangan Satuan (Pensat) dan divisi PID. Hal ini dapat dilihat dari aktivitasnya yaitu pada penyebaran informasi, memperbaharui berbagai informasi, menulis dan mengedit *news release* dan *feature*, mengembangkan isi *website*, dan menangani kontak media. Selain itu untuk memberikan informasi atau kebijakan-kebijakan Polri untuk publik internal, biasanya div Pensat mengeluarkan lembar pensat (penerangan satuan) untuk diketahui, dipahami dan dilaksanakan oleh setiap personel. Polda Jateng secara rutin mengisi *website* Tribratanews.jateng.Polri.go.id dengan berita dan *press release* sesuai dengan kondisi yang terjadi di wilayah satuan kerja masing-masing. Kemudian untuk memastikan kualitas informasi yang dipublikasikan dalam *website*, maka Bidhumas Polda Jateng dengan senantiasa melihat isi berbagai pemberitaan yang diterbitkan.

Untuk mengoptimalkan peran sebagai teknisi komunikasi *cyber PR* yang profesional, ada beberapa *tools* yang dapat digunakan dalam memaksimalakan kinerja *cyber PR*. Seperti yang disampaikan oleh Bob Julius Onggo (2004) dalam bukunya *Cyber Public Relations* menjelaskan mengenai

fungsi dan strategi *Cyber PR* untuk meningkatkan *brand awarness* dimata publik dengan beberpa *tools* yang dapat digunakan pada media online. Berikut beberapa *tools* yang digunakan oleh Bidhumas Polda Jateng:

a) *Website* resmi perusahaan (*Official Site*)

Website resmi perusahaan dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil perusahaan, berita terkini, katalog produk/jasa, dan lain-lain. Pemanfaatan *website* dapat meningkatkan *brand awareness* konsumen (publik). Bidhumas Polda Jateng juga menyediakan media yang dapat mempublikasikan video dokumentasinya sabagai bahan pelengkap dari rilis yang ada pada *website*, media tersebut ialah *Youtube*. *Youtube* dipilih karena memang cocok untuk mempublikasikan konten-konten berupa video.

Kedua media tersebut digunakan dalam melakukan *counter* opini. *Counter* opini yang dilakukan Bidhumas Polda Jateng ialah berupa pemantauan pemberitaan pada media cetak ataupun online dan sekaligus digunakan dalam menekan pemberitaan negatif. Bidhumas Polda Jateng dalam meng-*counter* opini dan menekan berita negatif dengan cara memberikan berita-berita positif dan mengangkat keberhasilan Polda Jateng.

Peneliti melihat pemanfaatan *website* dan *youtube* sebagai *news center* rilis berita dan video dokumentasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng sudah berjalan baik. *Website* tersebut tidak hanya diperuntukkan sebagai rilis berita tapi juga *counter* opini yang bertujuan menekan berita negatif dari media lain terutama media *online*. Dan *Youtube* digunakan

sebagai *counter* dalam membuat video iklan layanan masyarakat berupa kampanye atau himbauan untuk masyarakat.

Berdasarkan data yang dijelaskan sebelumnya, bahwa Bidhumas selalu aktif dalam melakukan rilis berita yang mana perharinya mencapai 1500 berita yang dirilis. Angkat tersebut berdasarkan akumulasi dari Polda Jateng dan 35 Polres yang ada di Jawa Tengah. Peneliti melihat *website* digunakan untuk menjalankan program manajemen media dari program utama mereka Promoter. Bidhumas Polda Jateng dalam meningkatkan citra melalui *website* yaitu dengan berpegang pada poin-poin program manajemen media tersebut, yaitu angkat keberhasilan, tekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif dan kelola *trending topic*.

Bidhumas Polda Jateng dalam mencapai tujuan tersebut juga mengandalkan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* sebagai media pendukung dalam publikasi rilis. Terlihat dari aktifitas media sosial Bidhumas seperti *facebook* dan *twitter* hanya berisikan rilis berita dari *website*. Menunjukkan bahwa media sosial *facebook* dan *twitter* belum digunakan secara optimal, ditambah adanya kiriman masyarakat yang tidak ditanggapi oleh Bidhumas yang membuktikan media sosial ini perlu penanganan khusus. Media sosial *facebook* dan *twitter* harusnya tidak digunakan sebagai media pendukung publikasi, namun juga bisa dimanfaatkan dalam melakukan komunikasi di dunia maya atau sebagai forum percakapan.

b) *Publisitas Search Engine* (media pencari *Google/ Yahoo*)

Penerapan publisitas pada media pencarian (*search engine/ SE*) seperti *Google* atau *Yahoo* dapat menjadi jalan pintas dan efisien. Seperti yang disampaikan oleh (Febrian, 2006 : 118) SE adalah sebuah situs khusus yang dirancang untuk menyimpan catalog serta menyusun daftar alamat tersebut berdasarkan topik. Bidhumas Polda Jateng belum terlalu mengekspos bagian ini secara mendalam. Jika menggunakan media pencarian seperti *Google* dan mencari *keyword* “Tribratanews Polda Jateng” maka itu akan menampilkan berita-berita dari portal berita *website* <https://tribratane.ws.jateng.polri.go.id/>. Namun jika kita mencari kata kunci diluar itu hanya menggunakan *keyword* “Polda Jateng” maka yang keluar dari mesin pencarian ialah berita-berita dari media *online* yang lain.

Peneliti melihat peluang besar bagi Bidhumas Polda Jateng yang seharusnya bisa memanfaatkan kesempatan ini sebagai sarana publikasinya. Karena dengan memanfaatkan mesin pencari seperti *Google* ataupun *Yahoo* itu akan mempermudah dalam mempublikasikan hasil rilis pada *website*, sehingga masyarakat akan terlebih dahulu membaca dari situs resmi Polda Jateng terlebih dahulu ketimbang portal berita dari media *online* yang lain.

c) *Press Release Online*

Bidhumas Polda Jateng telah melakukan rilis berita secara *online* yang biasanya dipublikasikan melalui portal berita Polda Jateng. Menurut peneliti rilis berita yang telah dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng sangat baik, dimana rilis berita ini selain bertujuan untuk memberikan informasi juga

ditujukan untuk membentuk citra humanis. Kita bisa melihat dari jenis berita jurnalistik yang digunakan oleh Bidhumas Polda Jateng ialah berita dengan teknik penulisan jurnalistik *feature*. Berita berjenis *feature* sangat cocok untuk menampilkan kesan humanis, karena jenis berita tersebut ditulis dengan gaya bertutur, deskriptif, sedemikian rupa sehingga susunan kata dan kalimatnya mampu menggambarkan atau melukiskan suatu profil atau peristiwa tertentu.

d) *Autoresponder* pada *e-mail* dan Kartu nama elektronik pada *e-mail*

Untuk *autoresponder* dan Kartu nama elektronik pada *e-mail* Bidhumas Polda Jateng tidak menggunakannya.

e) *E-Newsletter*

Bidhumas Polda Jateng telah menerapkannya pada *website*.

f) *Mailing list*

Berdasarkan temuan data, Polres Demak pernah menggunakan milis sebagai grup diskusi dari tahun 2010 hingga 2013. Namun tidak dijelaskan secara pasti kenapa milis tersebut tidak beroperasi lagi. Padahal penggunaan milis akan mempermudah dalam hal pelaporan.

g) Forum Publisitas *E-PR*

Peneliti menemukan media sosial dijadikan sebagai forum publisitas oleh Bidhumas Polda Jateng. Seperti *Facebook* serta *Twitter* yang digunakan untuk pendukung publisitas berita dan *Instagram* sebagai publisitas kegiatan Polda Jateng dan jajarannya.

b. Penasihat ahli (*expert prescriber*)

Penasihat ahli (*expert prescriber*), ialah seorang praktisi pakar PR yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dan bertugas mendefinisikan masalah, mengembangkan program dan bertanggungjawab penuh atas implementasinya, dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*) Cutlip (2000:40). Seorang *expert prescriber* akan berperan dalam mengidentifikasi masalah, mengembangkan rancangan program, dan memegang tanggungjawab penuh dalam implementasi program yang telah dirancangnya itu. Kegagalan dan keberhasilan suatu program, oleh klien, sepenuhnya merupakan tanggung jawab *expert prescriber* ini.

Sebagai penasehat ahli Bidhumas Polda Jateng harus mampu memberikan saran atau usulan untuk memecahkan dan mengatasi persoalan yang sedang dihadapi instansi yang bersangkutan dalam hal ini pihak manajemen harus bertindak pasif dalam menerima semua saran yang diberikan Bidhumas Polda Jateng. Tidak sedikit masukan dan informasi disampaikan kepada pimpinan terkait langkah strategis yang harus diputuskan mengenai berbagai aktivitas pelayanan publik berbasis *website*. Masukan-masukan tersebut selalu disampaikan baik pada saat rapat maupun pertemuan informal lainnya. Informasi dan rekomendasi yang disampaikan merupakan informasi terkait gejala-gejala yang berpotensi menghambat aktivitas layanan publik, serta berbagai alternatif tindakan (solusi) yang harus dilakukan. Misalnya saja Bidumas Polda Jateng mengusulkan agar tampilan dan menu dalam *website*

Tribatanews.jateng.Polri.go.id perlu perbaikan dan ditingkatkan, mengingat hasil kajian internal Bidhumas Polda Jateng melihat bahwa tampilan *website* kurang menarik dan komunikatif. Jika dibandingkan dengan peran PR yang lainnya, tentu peran *expert preciber* tidak terlalu dominan ketimbang peran lainnya. Hal ini dikarenakan berbagai keputusan strategis lebih dominan diambil oleh otoritas yang lebih tinggi di Polda Jateng

c. Fasilitator komunikasi (*communication facilitator*)

Peran ini menempatkan praktisi PR sebagai seorang pendengar yang baik dan penyedia informasi. Fungsi praktis adalah sebagai penghubung, interpreter, dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Peran ini mencoba memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran informasi dengan menciptakan dan memelihara saluran-saluran media-media komunikasi yang diperlukan. Peran ini ada berdasarkan asumsi bahwa komunikasi dua arah yang efektif akan meningkatkan kualitas keputusan organisasi dan publik mengenai antara lain kebijakan, prosedur, tindakan dan hubungan yang saling menguntungkan.

Bidhumas Polda Jateng menjalankan peran sebagai perantara institusi dengan publik. Berbagai perkembangan atau berita Polda Jateng, informasi layanan, dan informasi-informasi lainnya harus dikomunikasikan kepada publik baik secara langsung seperti sosialisasi (*offline*), maupun dengan perantara media *website* serta media sosial (*online*). Hal ini artinya Bidhumas Polda Jateng menjadi fasilitator komunikasi yang menghubungkan lembaga Polda Jateng dengan publik. Begitu juga sebaliknya, berbagai informasi yang

berasal dari publik selalu disampaikan kepada institusi Polda Jateng. Ketika terdapat pertanyaan, keluhan, permintaan informasi terkait Polda Jateng, maka hal ini dapat ditindaklanjuti secara langsung melalui menu buku tamu yang disediakan dalam kolom komentar, atau kemudian disampaikan kepada pimpinan dan diteruskan pada divisi atau bidang yang relevan dengan informasi yang disampaikan masyarakat tersebut. Hal ini tergantung kepada bobot masalah yang dihadapi. Melihat berbagai aktivitas yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng, Bidang Informasi dan Dokumentasi (PID) yang melakukan komunikasi secara *online* dan Penerangan Masyarakat (Penmas) sebagai komunikasi *offline*. Terlihat bahwa peran *cyber PR* yaitu penghubung atau *facillitator* antara publik dengan lembaga Polda Jateng, begitu pun sebaliknya. Sebagai penerapan peran Fasilitator yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng ialah seperti melakukan kunjungan ke media untuk melakukan *talkshow* dan silaturahmi dengan media. Dalam media *online* memiliki beberapa elemen yang dapat mendukung aktivitas *cyber PR* (Breakenridge, 2008:273) antara lain:

- 1) *Interactive Newsrooms*

Peneliti melihat bahwa Bidhumas Polda Jateng belum terlalu memanfaatkan interaksi dalam media *online* yang ada, seperti di media sosial. Banyaknya laporan dari masyarakat pada media sosial seperti *facebook* misalnya, yang tidak ada tanggapan dari Bidhumas Polda Jateng. Dimana sebagai badan publik harusnya memberikan tanggapan, meskipun dari data

yang didapat Bidhumas akan melaporkan keluhan atau tanggapan tersebut ke pihak terkait atau divisi yang bersangkutan.

2) *The social Media News Release*

Bidhumas Polda Jateng menggunakan media sosial sebagai alat dalam mempublikasikan rilis berita. Seperti menjadikan media sosial sebagai media publikasinya memberikan kemudahan bagi Bidhumas Polda Jateng, karena media sosial dapat diakses dengan cepat dan mudah membuat proses penyampaian pesan jadi lebih efisien ketimbang media konvensional.

Berdasarkan temuan data media sosial yang digunakan ialah *facebook* dan *twitter*. Media sosial tersebut dipilih karena lebih mudah dan efisien dalam penyampaian pesan. Kekurangan yang dilakukan Bidhumas dalam media sosial ialah hanya memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* untuk melakukan rilis berita. Padahal banyak yang dapat dilakukan pada media sosial tersebut seperti melakukan interaksi dengan masyarakat.

3) *Social networking*

Peneliti melihat bagaimana Bidhumas Polda Jateng menjalankan program Promoter dengan sangat baik. Dengan memanfaatkan media *online* untuk mengelola media sosial, menggunakan intelijen media, mengangkat keberhasilan, menekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif dan kelola *trending topic*

4) *RSS (Really Simple Syndication) Technology*

RSS (*Really Simple Syndication*) adalah istilah dalam teknologi internet yang merujuk pada cara men-sindikasi-kan konten sebuah situs web.

Layanan ini memudahkan pengguna internet agar selalu dapat mengetahui ringkasan konten terbaru dari situs tertentu tanpa harus terlebih dahulu mengunjungi situs tersebut. RSS teknologi bertujuan untuk memudahkan kita dalam mendapatkan informasi terbaru dari web atau blog tersebut, tanpa kita harus membuka website tersebut. Cukup dengan berlangganan RSS ini, maka anda informasi terbaru langsung bisa anda dapatkan. RSS dapat digunakan pada hampir semua situs berita atau weblog, dengan berbagai tujuan termasuk: pemasaran, *press release*, laporan reguler produk, atau aktivitas lain yang membutuhkan pemberitahuan periodik dan tentunya publikasi.

Berdasarkan hasil temuan data Bidhumas telah melakukan RSS ini, terbukti pada rilis yang dipublikasikan pada media sosial selalu terdapat *link* yang terhubung dengan *website*. Tujuan memuat *link* pada media soisial ialah, karena media sosial hanya sebagai media pendukung publikasi dari *website*. Maka berita yang di publikasikan pada media soial hanya mencakup tiga hal yaitu *lead news*, gambar/ilustrasi pendukung, dan *link* yang menghubungkan langsung berita tersebut dengan *website*.

d. Fasilitator pemecah masalah (*problem solving facilitator*)

Praktisi yang menjalankan peran ini bekerja bersama-sama dengan para manajer untuk memecahkan masalah. Praktisi PR menjadi bagian dari tim strategis. Hal ini bisa terjadi bila praktisi PR mampu mempergunakan dan menunjukkan keterampilan dan nilai dirinya dalam membantu manajemen dalam memecahkan masalah. Tugasnya menolong organisasi dalam

memecahkan persoalan komunikasi yang ada. Bidhumas Polda Jateng disini menjadi bagian dari tim perencanaan strategis organisasi. Bidhumas bekerjasama dan anggota bidang lainnya untuk memberikan solusi permasalahan yang ada, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi program pemecahan masalah. Peranan sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah.

Bidhumas Polda Jateng memposisikan diri, melibatkan dan dilibatkan dalam kegiatan manajemen krisis. Ketika ada suatu permasalahan, Bidhumas ini dilibatkan melakukan penanganan terhadap berbagai krisis yang terjadi. Salah satu contoh pemecahan masalah yang diselesaikan yaitu ketika melakukan konferensi pers. Bidhumas Polda Jateng yang diwakili oleh Kabidhumas dalam menyapaikan pesan saat konferensi pers berlangsung. Kabidhumas disini berperan sebagai komunikator yang akan menyampaikan dan menjelaskan permasalahan yang ada sesuai data dan fakta yang ada dilapangan kepada pers dan masyarakat.

Berikutnya ialah mengatasi hambatan pemerataan informasi di seluruh satuan kerja Polda Jateng. Bidhumas untuk mengatasi kesenjangan informasi tersebut maka solusi yang ditawarkan ialah dengan mempersiapkan 75 operator *website* di seluruh Polres dan 12 operator *website* di Polda Jateng untuk dapat pengisi berita dan *press release* sesuai dengan kondisi dan perkembangan yang terjadi di masing-masing wilayah pada *website* tribrataneews.jateng.polri.go.id. Dimana operator *website* ini merupakan staf kepolisian dari Bidhumas pada tiap-tiap Polres. Tentu hal yang pertama yang

dilakukan yaitu melatih para operator tersebut untuk dapat menguasai teknik penulisan pemberitaan dan *press release* serta meng-*upload*-nya. Dengan demikian, Polda dan Polres memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan berbagai aktivitas terbaru dan informasi-informasi terbaru yang ada di wilayah kerja masing-masing diseluruh Indonesia. Sehingga pemerataan informasi pun dapat terrealisasi. Melalui langkah ini tentu tidak hanya Kepolisian saja yang diuntungkan, tetapi publik pun dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi mengenai Kepolisian di berbagai wilayah secara cepat.

2. Meningkatkan citra Polda Jateng

PR adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama (Soemirat, Ardianto, 2010: 112). Seperti yang disampaikan sebelumnya program Promoter bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan citra positif. Pada program Promoter tersebut, Bidhumas Polda Jateng menjalankan program manajemen media. Program manajemen media memiliki beberapa aktivitas yaitu pendekatan terhadap media *mainstream*, kelola media sosial, gunakan intelijen media, angkat keberhasilan, tekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif dan kelola *trending topic*. Bidhumas Polda Jateng dipercayai oleh Kapolda dalam menjalankan program manajemen tersebut, adapun tujuan dari program manajemen media ialah meningkatkan citra positif dengan menggunakan ketujuh aktivitas yang telah disebutkan.

Menurut Onggo (2005:185) reputasi (*citra/ images/ pamor*) adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Cara yang dilakukan *cyber PR* disini merupakan suatu seni dalam membangun reputasi *online* yang baik secara berkesinambungan melalui penggunaan teknologi modern yang berupa media elektronik internet. Sebagai implementasi *cyber PR*, Bidhumas Polda Jateng menggunakan lima media *online* dalam mendukung aktivitas dari manajemen media tersebut. Sedangkan dalam meningkatkan citra Bidhumas Polda Jateng membagi lima media *online* tersebut menjadi dua fungsi. Fungsi yang pertama ialah menggunakan media *online* seperti *website*, fungsi tersebut dibantu dengan media *online* seperti *Youtube* dan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* sebagai sarana pendukung publisitasnya. *Website* digunakan sebagai sarana yang dapat menunjukkan kinerja Polda Jateng dengan memberikan pemberitaan atau rilis berita kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan aktivitas dari manajemen media, yaitu angkat keberhasilan, tekan berita negatif, respon cepat serta segera netralisir sentimen negatif.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Bidhumas dalam meningkatkan citra pada media *online website, youtube, facebook* dan *twitter* ialah dengan cara aktif merilis berita. Berita tersebut berisikan aktivitas-aktivitas atau keberhasilan Polda Jateng dan jajarannya. Bidhumas mengemas berita tersebut dengan cara yang unik, yakni berita yang dibuat menggunakan teknik jurnalistik berita *feature*. Seperti yang kita ketahui berita *feature* ini sangat pas

dengan citra yang ingin dibentuk oleh Bidhumas Polda Jateng yaitu menunjukkan sisi humanis Polri. Peneliti melihat penyebaran pesan seperti rilis berita yang dilakukan Bidhumas Polda Jateng ini bertujuan untuk menciptakan *image* positif dimata masyarakat. Seperti yang disampaikan Soemirat, PR adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama (2010: 112). Kemudian Cutlip (2009: 408) juga menawarkan 7C sebagai aspek-aspek yang dapat digunakan agar interaksi dan penyebaran pesan sehingga bisa menciptakan *image* (citra) positif, yaitu:

1) *Creadibility*

Dapat dikatakan pesan yang disampaikan oleh Bidhumas Polda Jateng merupakan pesan yang kreadilitasnya dapat dipertanggungjawabkan. Karena Bidhumas Polda Jateng ialah instansi pemerintah yang diwajibkan menyampaikan suatu informasi dengan fakta dan tidak boleh ditutup-tutupi karena adanya UU keterbukaan informasi. Dengan menyampaikan informasi sesuai data dan fakta akan dapat menimbulkan rasa saling percaya antara komunikator-komunikan.

2) *Context*

Bidhumas Polda Jateng tentunya menjadikan Polda Jateng beserta jajarannya sebagai konteks dalam pemberitaannya. Dimana pesan yang disampaikan dalam *website* akan membahas masalah seputar Polda Jateng dan Jajaran.

3) *Content*

Isi berita pada setiap rilis telah disesuaikan dengan kategori berdasarkan kegiatan yang ada pada Polda Jateng dan jajaran. Contohnya ada binkam (bina keamanan), reskrim (reserse kriminal), lintas (lalu lintas), mitra Polisi, giat operasi dan sebagainya. Pemilihan konten tersebut disesuaikan dengan minat masyarakat yang mencari info sesuai kebutuhannya.

4) *Clarity*

Menurut peneliti rilis yang telah disampaikan oleh Bidhumas Polda Jateng sudah cukup jelas dan lengkap karena mereka juga aktif dalam mengikuti pelatihan jurnalistik. Sehingga berita yang mereka rilis tersebut sangat jelas.

5) *Continuity and consistency*

Peneliti melihat setiap berita yang disampaikan oleh Bidhumas Polda Jateng tersebut selalu berkelanjutan. Contohnya pada saat kasus Pungli di Polres Magelang, Bidhumas Polda Jateng beserta jajarannya aktif dalam memberikan informasi, memberikan laporan setiap saat setelah melakukan pemeriksaan.

6) *Channel*

Menurut peneliti pemilihan media yang telah dilakukan oleh Bidhumas Polda Jateng sudah tepat. Misalnya membuat *website*, *Youtube* dan media sosial (*Facebook* dan *Twitter*) sebagai pendukung publikasi rilis berita.

kemudian menggunakan media sosial Instagram sebagai faktor pendukung dalam meningkatkan citra Polda Jateng.

7) *Capability of the audiens*

Dari data yang telah didapat, menurut peneliti Bidhumas Polda Jateng telah benar dalam pemilihannya baik dari segi konten, konteks dan media yang digunakan. Karena pilihan tersebut tentunya akan berpengaruh dengan bagaimana audiensnya menerima pesan. Tapi sejauh ini masyarakat dapat menerima pesan yang disampaikan oleh Bidhumas Polda Jateng dengan sangat baik.

Fungsi yang kedua ialah memanfaatkan media sosial yang paling populer sekarang ini yakni *Instagram*. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Bidhumas Polda Jateng menjalankan aktivitas manajemen media seperti kelola media sosial dan kelola *trending topic* dalam kegiatan bermedia di *Instagram*. peneliti juga melihat bahwa Bidhumas Polda Jateng lebih aktif dalam menunjukkan aktivitas yang berkaitan dengan meningkatkan citra di *Instagram*. Terlihat dari unggahan foto dan videonya di *Instagram*, pada setiap unggahannya tersebut Bidhumas Polda Jateng menggunakan teknik foto jurnalistik *human interest*. Teknik jurnalistik *human interest* sengaja dipilih untuk menimbulkan rasa empati dan simpati, dengan teknik ini Bidhumas Polda Jateng ingin menunjukkan bahwa Polri juga mempunyai sisi humanis.

Menurut Ardiato (2009: 152) ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh PR dalam menggunakan internet untuk meningkatkan citra instansi, diantaranya informasi cepat sampai pada publik; Bagi PR, internet dapat

berfungsi sebagai iklan, media, alat pemasaran, promosi dan penyebaran informasi; Siapapun dapat mengakses internet; Tidak terbatas oleh ruang dan waktu; Internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung.

Berdasarkan pengamatan peneliti terkait dengan aktivitas Bidhumas Polda Jateng pada media sosial *Instagram*. Bidhumas telah menjalankan fungsi dari internet dengan sangat baik khususnya dalam mengelola informasi, alat promosi, dan media. Terkait dengan aktivitas manajemen media, Bidhumas menjalankan aktivitas kelola media sosial dan *trending topic*. Dari hasil yang didapat media sosial yang aktif digunakan sebagai aktivitas manajemen media tersebut ialah *Instagram*, sedangkan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* digunakan sebagai media pendukung dari *website*.

Instagram dipilih sebagai media yang dapat mewakili Bidhumas dalam membentuk citra humanis. Seperti aktif mengunggah foto yang menunjukkan keberhasilan dan aktivitas Polda Jateng beserta jajaran, dalam bertugas menjaga keamanan dilingkungan masyarakat. Misalnya membantu warga yang terkena bencana, menolong menyalurkan air bersih bahkan membantu mengamankan seorang ibu yang hendak melahirkan di bahu jalan. Kegiatan seperti itu sengaja di unggah oleh Bidhumas untuk menyadarkan masyarakat dan menunjukkan bahwa Polri tidak hanya tegas atau kasar, tapi juga mempunyai sisi lain yakni sisi humanis. Menurut peneliti terdapat kendala dalam menjalankan fungsi media sosial yang dilakukan oleh Bidhumas, yakni

tidak mengoptimalkan media sosial yang mereka punya seperti *Facebook* dan *Twitter* yang hanya digunakan sebagai publikasi rilis berita.