

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi *public relations* memiliki cakupan luas dan bermanfaat tidak hanya untuk jangka pendek melainkan juga untuk jangka panjang keberlangsungan hidup perusahaan di masa depan, *public relations* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan (Supada, 2019:93). Beberapa peran *public relations* yaitu sebagai komunikator penghubung antara perusahaan dan publiknya, membina *relationship*, upaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publiknya, peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan, dan membentuk citra perusahaan. Berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. Citra sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya mengenai berbagai kebijakan, seorang *public relations* juga bertanggungjawab dalam membangun citra positif perusahaannya. Walaupun citra positif merupakan hasil dari opini positif masyarakat, namun pembentukan opini dan perubahan sikap tersebut tidak terlepas dari peran *public relations* dalam membangun relasi dengan khalayak.

Public relations mempunyai kesempatan yang besar untuk menciptakan image perusahaan yang baik lewat informasi yang dibagikan di akun resmi media lembaga institusi. Pemanfaatan *digital public relations* bagi institusi tidak akan terlaksana secara maksimal tanpa adanya penggunaan media sebagai alat dalam pelaksanaan kegiatannya. Peran media merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam pelaksanaan kegiatan praktisi *public relations* dalam menjangkau publik di dunia digital. Dikarenakan saat ini manusia sudah terbiasa menghabiskan waktu dengan internet maupun yang berhubungan dengan teknologi digital lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya. Internet tidak hanya dapat digunakan untuk komunikasi, tetapi juga bisa digunakan untuk berbagai keperluan lainnya. Salah satunya yaitu untuk mengakses dan menerima informasi dengan berbagai macam tujuan.

Melihat Perkembangan internet di era ini, kita sudah melewati kemajuan yang sangat besar dalam komunikasi massa. Sebelumnya kita hanya bisa menyaksikan tayangan di televisi, mendengarkan siaran di

radio, atau membaca surat kabar. Kemudian dengan adanya internet yang telah memberikan kemudahan akses informasi, setiap manusia dapat sangat mudah menerima informasi dengan jejaring sosial tanpa batas.

Kecepatan dalam memberikan informasi, humas secara tidak langsung untuk dapat terhadap era digital serta beradaptasi dengan memanfaatkan era digital untuk menjalin komunikasi dan menjangkau seluruh khalayaknya dengan cara sederhana, cepat, dan efektif. Humas dalam memanfaatkan era digital sebagai sarana penyampaian informasi alternatif untuk menyampaikan informasi publik tersebut cepat tersebar luas dikalangan masyarakat, karena banyaknya masyarakat dalam penggunaan era digital, sehingga informasi didapat dengan mudah dan cepat. Jika humas tidak memanfaatkan era digital masih mengandalkan media informasi seperti televisi, koran, dan radio sekarang ini bukan lagi sumber informasi utama bagi masyarakat, tetapi saat ini sudah beralih kepada era digital yaitu media internet.

Menurut Yananingtyas & Irwansyah (2020:201) *Digital Public Relations* sendiri adalah sebuah transformasi dari *Public Relations* yang menggunakan media komunikasi berbasis internet karena kemajuan teknologi digunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Ada banyak cara untuk menyampaikan informasi melalui website ataupun media sosial dengan adanya *digital public relations* melalui media sosial sangat membantu instansi pemerintahan untuk semakin dekat dengan masyarakat serta membangun citra di setiap instansi pemerintahan dengan memanfaatkan platform media sosial yang berinteraksi secara langsung dengan masyarakat.

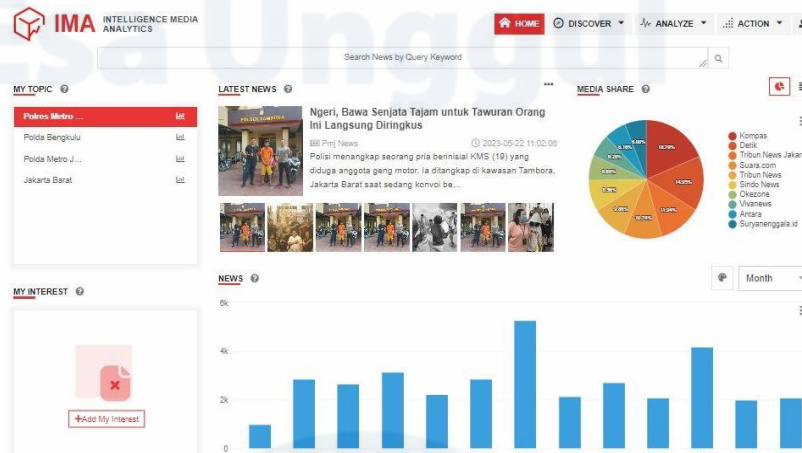
Pada saat ini beberapa instansi pemerintah menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan lainnya. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa *Digital Public Relations* yang dilakukan melalui Media sosial dengan penyampaian informasinya tepat dan masyarakat bisa mendapatkan informasi publik yang jelas dan transparansi. Seperti halnya instansi Pemerintahan Humas Polres Metro Jakarta Barat berusaha mengembangkan komunikasi era digital yang efektif kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan mewujudkan tujuan dari lembaga tersebut. Media yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu melalui media internet yang dapat diakses 24 jam oleh publik. Hal ini sejalan dengan Peraturan Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2021 tugas Seksi hubungan masyarakat Polres Metro

Jaya Jakarta Barat dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui media sebagaimana dimaksud dalam pasal 21 ayat (1) bertugas melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat, memproduksi, mengelola informasi, penyajian data, dan dokumentasi kegiatan polres yang dapat diakses oleh masyarakat. Pada ayat (2) huruf e dalam melaksanakan tugas dan menyelenggarakan fungsi hubungan masyarakat yaitu pengelolaan manajemen media dengan melakukan pemantauan media sosial dan media online, membuat produk kreatif dan melakukan diseminasi informasi digital kepolisian. (Sumber : Peraturan Kepolisian Negara Indonesia No 2 Tahun 2021)

Dalam pasal tersebut humas Polres Metro Jakarta Barat dituntut untuk membuat pelayanan informasi atau mengolah informasi melalui media, seperti Polres Metro Jakarta Barat yang berdiri sejak tahun 1971 Polres Metro Jakarta Barat adalah pelaksana tugas dan wewenang POLRI di wilayah Jakarta Barat yang berada di bawah naungan Polda Metro Jaya. Dalam menjalankan tugas kehumasan untuk memberikan pelayanan informasi publik, humas Polres Metro Jakarta Barat memberikan pelayanan terbaik dalam informasi publik melalui berbagai strategi kehumasan yang disusun berdasarkan kriteria informasi yang didapat diakses oleh publik dengan cara berbasis teknologi yang berpedoman pada perlengkapan Kapolri. Selain itu Humas Polres Metro Jakarta Barat mempunyai digital media berbasis website yaitu '*Intelligence Media Analythics*' atau disebut IMA. IMA menjadi sebuah wadah media *online* bagi Polri. Adapun guna dan fungsi terhadap IMA sebagai media pengawas (*Monitoring*) sebuah instansi Polri khususnya seluruh humas tingkat Polres Metro Jakarta Barat dan menjadi tanggung jawab humas masing-masing setiap Polres dibawah subbid multimedia.

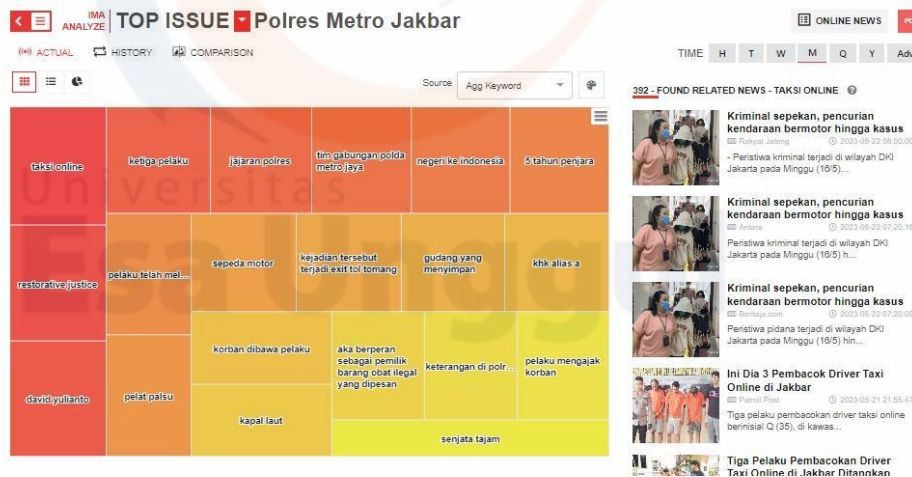
IMA merupakan sistem yang bekerja 24 jam secara waktu nyata, otomatis, dengan sistem yang melakukan media pengawasan untuk mengumpulkan konten media online, cetak, dan TV. Kemudian media analisis memberikan kajian secara lengkap mulai dari *timeline*, *influencer*, *media*, *sentiment*, *comparison*, dan penelusuran terhadap detail terhadap objek pemberitaan. Sebagai salah satu contoh yaitu, di dalam IMA terdapat *timeline* berita berupa *top person* dan *influencer* siapa saja yang sedang hangat di perbincangkan dalam pemberitaan ruang lingkup daerah Metropolitan. IMA juga memfasilitasi *mapping analysis* antara lain, melihat isu yang ada di topik terpilih dalam skala harian, mingguan, bulanan, tahunan. Seperti isu berita perkembangan kasus kriminal serta narkoba di ruang lingkup Polres Metro Jakarta

Barat. melihat penyebaran isu di peta dalam skala Indonesia secara global, yang bisa diperbesar sampai tingkat provinsi, kabupaten dan kota.



Gambar 1. 1 Dashbard Website IMA Polres Metro Jakarta Barat
Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

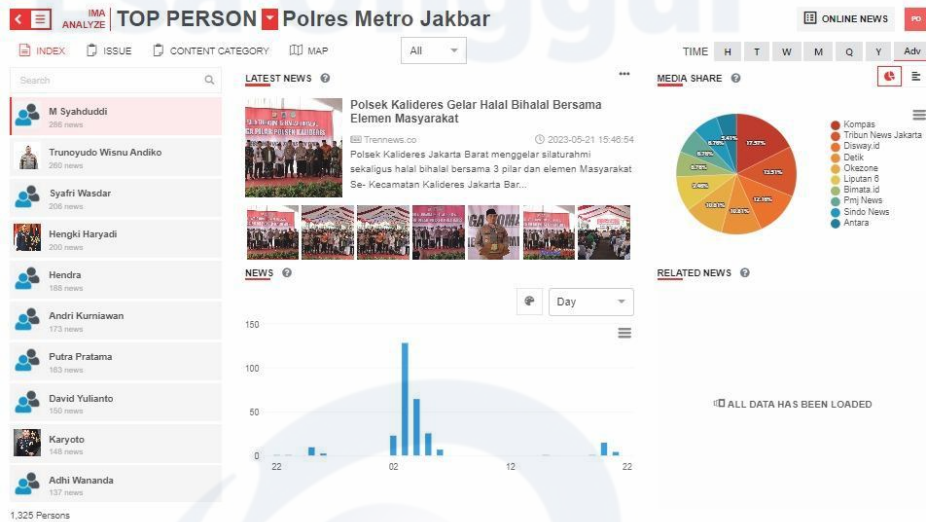
Berikut adalah tampilan halaman *website* IMA, halaman *website* IMA terdapat beberapa kategori seperti *top issues*, *top person*, *influencer*, *sentiment*, *indicator*, dan *maps* yang digunakan oleh Subbid Multimedia dalam pembuatan laporan.



Gambar 1. 2 Top Issue website IMA Polres Metro Jakarta Barat
Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

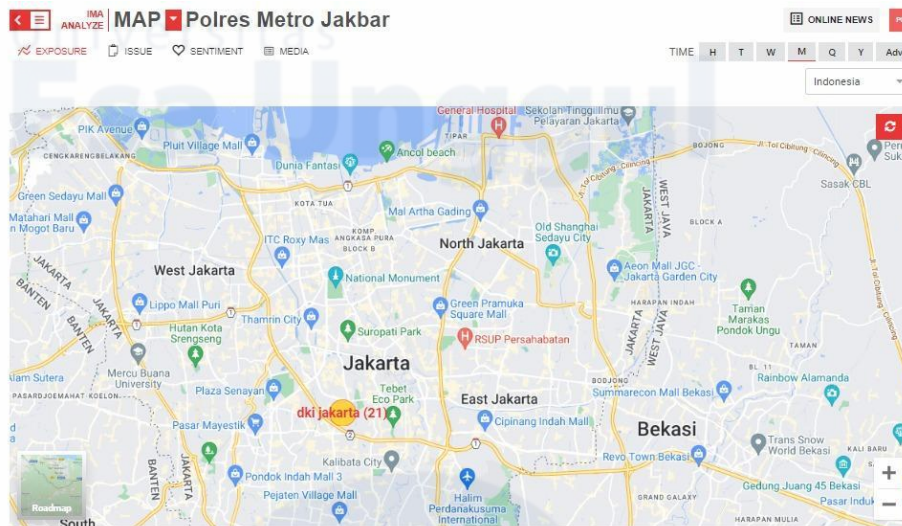
Adapun gambar menu top issue *website* IMA yang berisi sejumlah media yang memberitakan issue yang sedang ramai diperbincangkan dalam lingkup Polres Metro Jakarta Barat dan dapat diatur waktu, harian, mingguan, dan bulanan. Pada kotak yang berwarna merah itu berarti top issue pertama yang ramai diperbincangkan sedangkan warna orange berarti

top issue kedua dan warna kuning berarti ketiga. Jika kotak tersebut diklik maka akan terbuka beberapa beritanya.



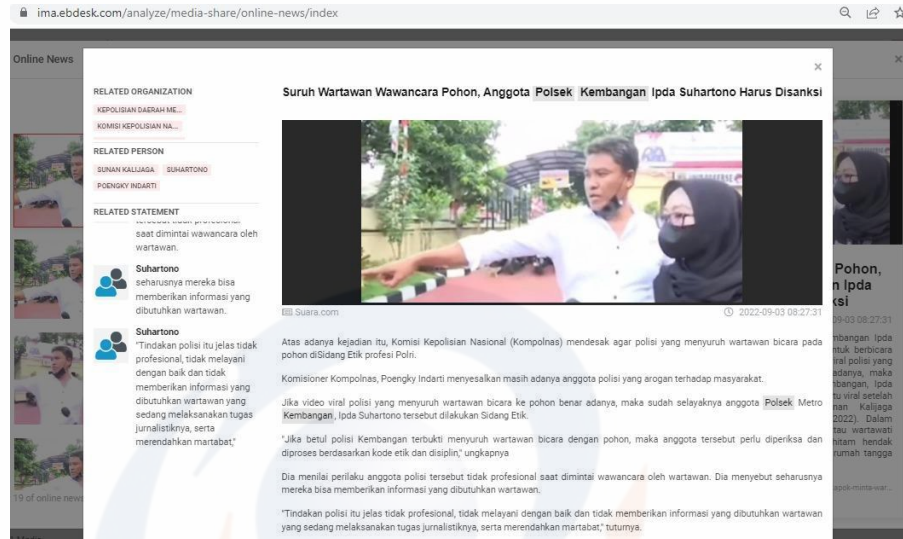
Gambar 1. 3 Top Person website IMA Polres Metro Jakarta Barat
Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

Sedangkan menu top persons website IMA yang berisi sejumlah media yang memberitakan sejumlah orang yang sedang ramai diperbincangkan dalam lingkup Polres Metro Jakarta Barat dan dapat diatur waktu, harian, mingguan, dan bulanan. Pojok kiri adalah urutan dari yang teratas hingga terendah pada top persons website IMA.



Gambar 1. 4 Mapping website IMA Polres Metro Jakarta Barat
Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

Adapun tampilan *maps website IMA*. *Maps website IMA* terdapat beberapa pilihan motif kasus seperti pencurian, narkoba, dan pembunuhan yang ada di wilayah Polres Metro Jakarta Barat dan juga terdapat jumlah kasus yang bisa dilihat dalam waktu harian, mingguan, dan bulanan. Jika klik bagian tulisan daerah yang berwarna merah, nantinya akan mengetahui daerah dan jumlah berita yang diberitakan oleh media.



Gambar 1. 5 Media Share IMA Polres Metro Jakarta Barat
 Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

Berikut adalah Tampilan media share IMA website ini bukan hanya informasi pemberitaan saja tetapi website humas polres untuk monitoring dan memanfaatkan teknologi media online website yang berbeda bagi media sosial lainnya. Polres Metro Jakarta Barat Terdapat Pemberitaan mengenai Kasus Polisi Menyuruh Jurnalis berbicara dengan pohon, videonya viral hingga di periksa oleh Propam.



Gambar 1. 6 Sentiment IMA Polres Metro Jakarta Barat
 Sumber : Website IMA Polres Metro Jakarta Barat

Dari data *media share* tersebut bahwa media melakukan penyebaran informasi berita setiap harinya, salah satunya berita Polres Metro Jakarta Barat dengan kasus tersebut viral pada tanggal 02 september 2022 grafik berwarna merah menandakan melonjak negatif tinggi mencapai 35,22% dapat dilihat berdasarkan gambar 1.6 kasus ini

mengenai polisi suruh jurnalis ngobrol dengan pohon membuat citra Polres menurun. Menurut Kriyantono (2017:229-232) *Theory Image* dapat diterapkan dalam konteks individu dan kelompok atau organisasi, yaitu membahas respon individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam. Dalam merespons tekanan dari luar, organisasi maka harus mengembangkan tujuan seperti meraih pemahaman publik, mengelola dan mengembalikan reputasi, membangun kembali kepercayaan dan dukungan publik. maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *public relation* yang digunakan Polres Metro Jakarta Barat dalam memulihkan citra.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana Strategi *Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat Dalam Memulihkan Citra Saat Ini ?
2. Bagaimana Taktik *Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat Dalam Memulihkan Citra Saat Ini ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi *Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat Dalam Memulihkan Citra.
2. Untuk Mengetahui Taktik *Public Relations* Polres Metro Jakarta Barat Dalam Memulihkan Citra.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat baik secara teoritis maupun praktisi. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis pada penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan informasi dan manfaat di bidang ilmu komunikasi dalam aspek komunikasi melalui *public relations* dengan menggunakan metode kualitatif, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu bahan masukan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan di bidang Kajian Ilmu Komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) mengenai strategi *Public Relations* Polres Metro Jakarta barat dalam memulihkan citra.