

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi yang baik dapat dilihat dari tercapainya maksud dan tujuan yang sesuai dengan apa yang diharapkan dari komunikasi tersebut. Berkaca kembali dari pentingnya komunikasi disebuah perusahaan atau instansi, maka diperlukan divisi khusus yang mengelola ukur komunikasi dan informasi antara perusahaan dengan publik baik internal maupun publik eksternal. Dengan ini unit *Public Relations* yang berkaitan dengan informasi, reputasi atau yang biasa orang sebut representasi dari perusahaan akan sangat membantu perusahaan dalam berurusan dengan publiknya.

Dalam sebuah perusahaan dibutuhkan seorang Public Relations untuk membentuk citra positif dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Public Relations menurut Byron Christian (Ardianto, 2011:10) suatu usaha sadar memotivasi terutama melalui komunikasi agar orang-orang terpengaruh, timbul pikiran-pikiran sehat terhadap organisasi, memberi rasa hormat, mendukung dan memberi kesadaran dengan berbagai cobaan dan masalah.

Saat ini dengan berkembangnya ilmu kehumasan, dapat kita lihat bersama tumbuh kembangnya suatu organisasi tergantung bagaimana sistem kerja *Public Relations* pada organisasi tersebut, karena untuk mencapai suatu citra baik, memerlukan banyak sekali yang mantap.

Strategi yang mantap itu merupakan rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus, yang mana dalam strategi itu sendiri terdapat langkah-langkah mampu atau tidaknya suatu organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam dan luar organisasi.

Dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dan menggunakan situs jejaring sosial dapat menambah wawasan tentang hal-hal informasi yang baru serta dapat berdiskusi tentang suatu informasi yang terkini dengan pengguna lain yang terhubung satu sama lain. Penulisan karakter yang terdapat di jejaring situs sosial tidak terbatas, suatu informasi bisa diupload secara cepat. Divisi Humas Polri memiliki beberapa situs jejaring sosial yang digunakan yaitu, twitter, path, instagram, youtube dan facebook.

Media online twitter yang digunakan oleh Divisi Humas cukup mendapatkan respon dan perhatian dari masyarakat. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan (tweet). Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di internet, dan dijuluki dengan pesan singkat dari internet. Di twitter pengguna tidak terdaftar hanya bisa membaca kicauan (tweet) sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan (mengtweet) melalui antar muka situs web, pesan singkat (SMS) atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Pada awal 2013, pengguna terdaftar hingga lebih dari 500 juta di twitter. Dan 200 juta diantaranya adalah pengguna aktif. Tingginya popularitas twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi darurat. Dengan twitter informasi mudah didapat dan juga mudah menyebarkan informasi melalui twitter. Dengan mengunggah kegiatan polri melalui twitter maka masyarakat pengguna twitter lebih mudah mendapatkan informasi mengenai kegiatan polri.

Begitu juga dengan media online path, media online path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari path ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk penggunaan berbagi dengan keluarga dan teman teman terdekat.

Pengguna path berbeda dari jejaring sosial lainnya dimana hanya pengguna yang telah disetujui yang dapat mengakses halaman seseorang. Namun kedua media sosial tersebut memiliki kekurangan, kekurangan kedua media sosial tersebut yaitu tidak menjelaskan secara detail isi informasi yang diunggah..

Berikutnya media online instagram dan youtube, instagram adalah sebuah aplikasi berbagi photo yang memungkinkan pengguna mengambil photo, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan

jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Pada tanggal 9 april 2012, diumumkan bahwa facebook setuju mengambil alih instagram. Kedua media online tersebut cenderung menyajikan informasi berupa video visual berdurasi pendek, media tersebut mendapat respon baik dari masyarakat pengguna handphone standar internet untuk mengetahui informasi seputaran kegiatan polri.

Terakhir media online facebook, facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan februari 2004. Pada September 2015 facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telephon genggam.

Pengguna harus mendaftar sebelum menggunakan situs ini. Setelah itu pengguna dapat membuat profile pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah, atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokan teman teman mereka kedalam daftar .

Facebook adalah media online yang lebih efektif yang digunakan oleh Divisi Humas Polri. Facebook Divisi Humas Polri memiliki 81942 followers pengguna aktif jejaring sosial Divisi Humas Polri. Divisi Humas Polri mencoba memanfaatkan teknologi internet khususnya melalui media jejaring sosial facebook. Dalam penyebaran informasi mengenai kegiatan

dan kinerja kepolisian RI. Informasi yang bisa diterima oleh publik adalah informasi yang serta merta, setiap saat dan berkala.

Informasi serta merta adalah suatu informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Informasi berkala adalah informasi mengenai kegiatan pelayanan sumber daya manusia yang menangani layanan informasi mengenai kegiatan pelayanan informasi yang dilaksanakan, sarana dan prasarana layanan informasi beserta kualifikasinya.

Indonesia menduduki peringkat ke lima di dunia dalam pengguna Facebook terbanyak setelah Amerika, India dan Brazil, yaitu sekitar 54 juta pengguna. Hasil dari penelitian yang diadakan oleh ebizmba.com (April 2016) terkait situs jaringan sosial paling populer juga menunjukkan bahwa Facebook masih menempati posisi pertama dengan kisaran pengunjung 1,100,000,000 per bulan. Facebook sendiri merupakan media sosial asal Amerika Serikat yang dibentuk sejak tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg dan beberapa temannya dari Harvard College. Dengan menggunakan Facebook, kita dapat menyampaikan berbagi informasi, antara lain foto, video, status hingga link berita. Facebook sendiri sebenarnya sudah merupakan sosial media yang lengkap, karena selain berbagi informasi, para pengguna Facebook dapat saling berbalas pesan atau status. Oleh sebab itu, Facebook memberikan pengaruh besar di dunia komunikasi, khususnya yang menggunakan internet.

Feedback yang diberikan oleh khalayak melalui komentar di konten yang diterbitkan oleh perusahaan atau lembaga dapat secara langsung ditanggapi. Hal ini membuat komunikasi tersebut menjadi lebih terbuka. Untuk pembicaraan yang lebih pribadi, fitur page di Facebook menyediakan layanan message, di mana khalayak dapat mengirimkan pesan yang hanya dapat dibaca oleh pihak perusahaan atau lembaga. Terkadang cara ini lah yang dipilih khalayak untuk menghubungi perusahaan atau lembaga tersebut karena mudah, selain itu dapat membuat khalayak merasa dekat dan diperhatikan.

Penggunaan Facebook ini menjadi menarik saat digunakan bukan oleh perusahaan berorientasi profit biasa untuk menjalankan bisnis dan meraih konsumen. Namun, juga digunakan oleh lembaga negara yang resmi dan umumnya disegani masyarakat, seperti kepolisian. Facebook menjadi alat yang digunakan untuk berkomunikasi secara viral yang dikelola langsung oleh Biro Pusat Informasi dan Data (PID) Divisi Humas Mabes Polri. Akun page Divisi Humas Polri ini sudah aktif sejak 29 April 2010 yang memfokuskan pada pemberian informasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan pengguna Facebook seputar kepolisian dan keamanan. Terkadang imbauan tentang peraturan, review acara kepolisian hingga siaran pers juga diletakkan di page ini.

Demi memenuhi kebutuhan masyarakat, maka Humas Polri merasa perlu untuk menggunakan pendekatan yang akrab dengan masyarakat. Apalagi di era modern ini, di mana komunikasi sebagian

besar sudah berbasis internet, maka sosial media terutama Facebook menjadi pilihan utama bagi Humas Polri. Pendekatan ini dirasa cukup perlu, terutama karena gambaran tentang kepolisian di masyarakat tidak dapat dikatakan baik. Masih banyak yang menganggap Polri merupakan sosok yang menyeramkan dan sulit untuk didekati, sehingga masyarakat terkadang merasa segan untuk langsung berkomunikasi dengan polisi. Selain itu, banyaknya pemberitaan negatif tentang kinerja Polri juga salah satu faktor yang membuat masyarakat menganggap sebelah mata Polri karena munculnya rasa tidak percaya. Oleh sebab itu, media sosial berupa Facebook ini diharapkan dapat membantu komunikasi di antara Polri dengan masyarakat menjadi lebih baik dan terbuka.

Berita pada tanggal 2 Mei 2016 mengenai ketertiban berlalulintas yang di unggah di media sosial facebook Div Humas Polri yang berisikan seorang polisi melakukan penindakan kepada pelajar SMA yang diketahui menggunakan kendaraan roda dua namun tidak menggunakan helm, berikut kutipan percakapan polisi dengan pelajar. Polisi “selamat pagi dik? Mana helm nya? Bisa tunjukkan surat suratnya?”, pelajar” rumah saya dekat kok pak, tolong pak jangan ditilang”, polisi “bisakah aspal ini menjadi empuk jika rumah adik dekat?”

Berita tersebut menuai respon masyarakat pengguna facebook dengan 232 comments dan 146 shares, berbagai macam komentar yang terdapat pada kolom comment berita tersebut baik positif maupun negatif.

Pada tanggal 17 mei 2016 News “Kapolres Cimahi Ajak Penghuni Pesantren Perangi Paham Radikalisme” terunggah di facebook Divisi Humas polri yang mendapatkan beberapa respon negatif dari 84 followers yang berkomentar.

News, “IJP BOY RAFLI AMAR : Polri Harus Terbuka Dalam Menyampaikan Informasi” terunggah pada tanggal 26 mei 2016. “ Polri bertugas untuk masyarakat guna menciptakan kondisi yang aman, damai, tertib sosial, dan memiliki kesadaran hukum yang baik”. Kata kadiv humas, di era digital dimana terjadi perang informasi, lanjutnya humas harus berperan sebagai ‘leading sector’ dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi. Informasi tersebut menuai respon positif dari 38 followers yang berkomentar dan di shares sebanyak 45.

Beragam tanggapan para followers terhadap informasi yang dikeluarkan oleh Divisi Humas Polri melalui facebook. Tidak jarang tanggapan positif maupun negatif berada dikolom comment pada setiap berita yang terunggah difacebook Divisi Humas Polri.

Dengan menggunakan media Facebook resmi, Humas Polri seolah ingin menepis segala anggapan negatif tersebut. Dalam page tersebut, Polri merupakan sosok yang informatif dalam memberikan berita maupun tanggapan atas pertanyaan masyarakat. Selain itu, kerap terlihat berita-berita tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh para polisi dengan senyum tulus menghiasi foto berita tersebut. Ramah dan

cepat tanggap, itu dapat menjadi gambaran dalam menjelaskan Polri saat melihat akun resmi Facebook Divisi Humas Polri.

Imbauan dan informasi penting bagi publik terkait dengan berita penting negara, kasus kriminalitas hingga lalu lintas juga menjadi konten yang kerap muncul dalam Facebook tersebut. Dapat dikatakan bahwa dengan melihat itu, masyarakat dapat merasakan nilai-nilai Tribrata yang dijunjung tinggi oleh para polisi. Ini merupakan sebuah inovasi baru bagi kepolisian dan menjadi bukti dalam menjalin komunikasi dengan publik.

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai : **KECENDERUNGAN TANGGAPAN FOLLOWERS TERHADAP INFORMASI YANG DIKELUARKAN OLEH DIVISI HUMAS POLRI MELALUI FACEBOOK (periode Mei – Juni 2016)**

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti kinerja humas Polri dalam menggunakan Facebook, sebuah media sosial, untuk berkomunikasi dengan publiknya. Lebih difokuskan lagi, Apa kecenderungan tanggapan followers terhadap informasi yang dikeluarkan oleh Divisi Humas Polri melalui media sosial Div Humas Polri ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui kecenderungan tanggapan followers terhadap informasi yang dikeluarkan oleh Divisi Humas Polri melalui Facebook

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, signifikansi penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran untuk jurusan Hubungan Masyarakat tentang bagaimana sebuah lembaga negara menggunakan media sosial dalam berhubungan dengan masyarakat dan membangun citra di tengah masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Menjadi evaluasi bagi humas Polri dalam menggunakan media sosial, khususnya Facebook dalam berhubungan dengan masyarakat dan membangun citra di masyarakat. Selain itu, juga menjadi sebuah masukan agar bagaimana ke depannya humas Polri dapat terus menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat.



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul