

Komunikasi Eksternal Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Republik Indonesia

Amalia Mukaromah & Onny Fitriana Sitorus

Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
amaliamukaromah123@gmail.com

Abstract

This research aims to find out how external communication in public relations Division of the national police. This research takes data from three informants, namely the head of sub-Division of the news section of the public lighting bureau public relations Division community police, head of the ministry of information and documentation bureau manager documentation information public relations Division of the police, administrative officer and part of the ministry of information and documentation. In the study, researchers conducted the sample and the data source selected by purposive and snowball sampling. This research uses qualitative research methods, descriptive. Data collection methods used were observation, interviews, and documentation. Based on the results of the research was undertaken researchers then it can be inferred that the external communications on the public relations Division of the national police are divided into two lines consist of (1) communication from the organization to a wider audience that is informative tailored to Act No. 14 of the year 2008 about the openness of public information delivered through several activities and by using the media. The openness of institutions do to get the public trust to the institutions; (2) Communication from the audience to the organization that is the public relations Division police get feedback and opinions from the community in the form of a negative and a positive response by observing the mass media, online media, public relations activities conducted and the police sources trustworthy of the policies conducted by the ranks of the police force of the Republic of Indonesia and the information submitted public relations Division of the national police.

Keywords: External Communication, information, feedback, opinion

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi eksternal di Divisi Humas Polri. Penelitian ini mengambil data dari tiga informan yaitu kepala sub bagian berita bagian penerangan umum biro penerangan masyarakat Divisi Humas Polri, kepala bagian pelayanan informasi dan dokumentasi biro pengelola informasi dokumentasi Divisi Humas Polri, dan perwira administrasi bagian pelayanan informasi dan dokumentasi. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, sampel dan sumber data dipilih secara purposive dan bersifat *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi eksternal pada Divisi Humas Polri terbagi menjadi dua jalur terdiri dari (1) komunikasi dari organisasi kepada khalayak yaitu bersifat informatif yang disesuaikan dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang disampaikan melalui beberapa kegiatan dan dengan menggunakan media. Keterbukaan instansi dilakukan untuk mendapat bentuk kepercayaan publik terhadap instansi; (2) Komunikasi dari khalayak kepada organisasi yaitu Divisi Humas Polri mendapatkan *feedback* serta opini dari masyarakat berupa tanggapan yang negatif maupun positif dengan mengamati media massa, media online, kegiatan yang dilakukan Humas Polri dan sumber-sumber yang dapat dipercaya atas kebijakan yang dilakukan oleh jajaran Kepolisian Republik Indonesia dan informasi yang disampaikan Divisi Humas Polri.

Kata Kunci: Komunikasi Eksternal, informasi, umpan balik, opini

Pendahuluan

Hubungan dengan publik diluar instansi keharusan yang mutlak, karena Humas Polri tidak mungkin berdiri sendiri dalam melaksanakan kewajibannya tanpa bekerjasama dengan badan lembaga, serta instansi di dalam dan diluar negeri.

Dalam menjalankan kewajiban instansi kepolisian sudah tentu memiliki Humas yang menjembatani antara instansi

dengan masyarakat. Humas Polri perlu adanya komunikasi internal maupun eksternal. Komunikasi yang lancar menjadi dasar untuk menjalankan kegiatan atau aktivitas instansi. Selain itu, memperoleh *goodwill* juga merupakan tujuan utama instansi. *Goodwill* ini bisa tercapai bila adanya pemahaman yang sama mengenai kebutuhan, nilai dan aspirasi publik yang dilakukan dengan melalui pemberian informasi kepada publik

mengenai kebijakan dan kegiatan Kepolisian Republik Indonesia (POLRI).

Dalam Undang-undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, Pasal 42 Hubungan dan kerjasama. Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) harus menciptakan hubungan yang harmonis dan baik dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umum. Salah satu cara untuk mengadakan hubungan ini adalah dengan berkomunikasi.

Keberhasilan dalam membina komunikasi eksternal ini juga sekaligus merupakan keberhasilan seorang publik relations dalam upaya memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi dalam kerjasama pihak lain. Komunikasi eksternal ataupun publik berkaitan erat dengan pembangunan dan pembentukan citra perusahaan agar reputasinya baik dimata masyarakat luas. Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik eksternal secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti, dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Dalam UU No. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik (KIP), berkaitan dengan hak setiap orang untuk memperoleh informasi, kewajiban badan publik menyediakan dan melayani permintaan informasi secara cepat dan tepat waktu, biaya ringan (proporsional), dan cara sederhana, adanya pengecualian informasi bersifat ketat dan terbatas, serta kewajiban badan publik untuk membenahi sistem dokumentasi dan pelayanan informasi, dapat berperan sebagai jungkit pengumpul (*key leverage*) untuk mempercepat realisasi kebijakan Polri.

Saat melakukan komunikasi agar semua informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat bisa menjangkau keseluruhan plosok tanah air, maka diperlukan media pada saat menyampaikan informasi. Setelah Informasi yang disampaikan dan diterima oleh masyarakat luas tentunya akan banyak tanggapan atas informasi yang diterima. Dalam melakukan aktivitas terdapat hambatan. Adanya hambatan yang terjadi membuat penyampaian yang sesuai dengan tujuan sebelumnya tidak dapat berjalan dengan baik.

Salah satu contohnya yaitu gelar perkara ahok: dilarang masuk, ketua GNPf MUI nilai masih ada ketidakbukaan (<http://news.okezone.com/read/2016/11/15/337/1541731/gelar-perkara-ahok-dilarang-masuk-ketua-gnpf-mui-nilai-masih-ada-ketidakterbukaan>). Ketua Gerakan Nasional Pengawal Fatwa (GNPF) MUI Bachtiar Nasir tidak diperkenankan masuk ke dalam ruang gelar perkara

kasus dugaan penistaan agama yang menyeret nama gubernur nonaktif DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Padahal Nasir merupakan salah satu pelapor yang diundang pihak Polri.

"Ternyata yang boleh masuk cuma satu pelapor. Padahal dari 11 pelapor yang lain tidak dipanggil. Kami melihat di sini masih ada ketidakbukaan yang sebenarnya," kata Nasir di Mabes Polri, Jalan Trunojoyo, Jakarta Selatan, Selasa (15/11/2016).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih banyak mengenai tentang komunikasi eksternal pada Divisi Humas Polri. Oleh karena itu peneliti menyajikan dalam skripsi ini dengan judul "Komunikasi Eksternal Divisi Hubungan Masyarakat Polisi Republik Indonesia (HUMAS POLRI)."

Kajian Teori

1. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal berlangsung atau terjadi dua arah antara pihak organisasi/lembaga dengan pihak luar. Misalnya komunikasi dengan pihak kreditur (perbankan), rekan bisnis/usaha, pelanggan, *community relations* (hubungan komunitas), supplier, pemasok, kalangan pers dan pejabat pemerintah dan lain sebagainya (Ruslan, 2016: 92).

Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan layak di luar organisasi. Pada instansi-instansi pemerintah seperti departemen, direktorat, jawatan, dan pada lembaga-lembaga besar, disebabkan oleh luasnya ruang lingkup, komunikasi lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat (*public relations officer*) daripada oleh pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting yang tidak bisa diwakilkan kepada orang lain. Umpamanya perundingan (*negotiation*) yang menyangkut kebijakan organisasi. Yang lainnya dilakukan oleh kepala Humas yang dalam kegiatan komunikasi eksternal merupakan tangan kanan pimpinan (Effendy. 2016 128).

Komunikasi eksternal adalah hubungan yang dibina oleh organisasi dengan publik. Hubungan ini dilakukan supaya kebijakan organisasi dapat dipahami oleh publik. Tujuannya, supaya tujuan organisasi dapat tercapai tanpa adanya resistensi dari publiknya sendiri. Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan untuk membawa informasi masuk atau keluar dari organisasi guna mencapai tujuan organisasi, dan biasanya dilakukan dengan pelanggan maupun masyarakat (*stakeholders eksternal*) yang berhubungan dengan perusahaan. Misalnya, melakukan korespondensi, melaporkan kinerja perusahaan kepada masyarakat (jika termasuk

perusahaan yang terbuka), melakukan kegiatan sosial, dan lain-lain (Gassing. 2016: 125). Berdasarkan penjabaran teoritis di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi eksternal merupakan proses komunikasi antara organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi dalam membawa informasi masuk atau keluar dari organisasi. Hal ini terjadi karena adanya umpan balik komunikasi dari organisasi kepada khalayak.

a. Jalur komunikasi Eksternal. Komunikasi eksternal menurut Gassing (2016: 125) dibagi atas dua jalur secara timbal balik, yaitu:

- 1) Komunikasi dari organisasi kepada khalayak. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa diduga. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak dapat melalui berbagai bentuk seperti, majalah organisasi, press release, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, pidato televisi, film dokumenter, brosur, leaflet, poster, konferensi pers.
- 2) Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Jika informasi yang disebarkan kepada khalayak itu menimbulkan efek yang sifatnya kontroversial (menyebabkan adanya yang pro dan kontra dikalangan khalayak), maka ini disebut dengan opini publik (*public opinion*).

b. Prosedur Komunikasi Eksternal. Prosedur komunikasi eksternal merupakan tata cara atau aturan yang digunakan dalam berkomunikasi diluar instansi, agar harapan yang disampaikan oleh instansi sesuai dengan yang diharapkan. Adapun prosedur dalam komunikasi eksternal (adalah dikutip dari <http://jurnalkeselamatandankesehatankerja.blogspot.com/2011/07/prosedur-komunikasi.html>):

- 1) Wakil manajemen bertanggung jawab memonitor semua informasi yang berkaitan dengan pihak eksternal.
- 2) Semua informasi yang terkait dengan yang hendak disampaikan kepada pihak eksternal, harus sepengetahuan wakil manajemen, misalnya pelapor tiga bulanan dokumen limbah B3 kepada pemerintah dll.
- 3) Untuk informasi yang terkait dari pihak eksternal, semua harus dicatat dalam risalah komunikasi eksternal. Untuk informasi yang terkait dengan pengelolaan lingkungan, bagian *security* bertanggungjawab sebagai pelaksana pencatat,

sedangkan untuk informasi yang terkait dengan pelanggan, bagian marketing bertanggungjawab sebagai pelaksana.

- 4) Semua informasi harus disampaikan ke wakil manajemen.
- 5) Wakil manajemen bersama departemen terkait membahas informasi yang ada. Jika pembahasannya memerlukan keputusan manajemen, maka wakil manajemen bertanggungjawab membahasnya dengan top manajemen.
- 6) Jika dari hasil pembahasan memerlukan tindakan perbaikan terkait informasi dari pihak eksternal, maka wakil manajemen bersama departemen terkait bertanggungjawab melakukan tindakan perbaikan.
- 7) Wakil manajemen bertanggungjawab memberikan tanggapan atas setiap informasi dari pihak eksternal melalui departemen terkait, termasuk bukti rencana perbaikan dan hasilnya.
- 8) Semua status informasi dari pihak eksternal harus dilaporkan kepada manajemen oleh wakil manajemen dalam rapat tinjauan manajemen.

c. Kegiatan Komunikasi Eksternal. Adapun kegiatan eksternal public relation menurut Danandjaya (2011: 36) antara lain dapat disebut dan diuraikan kepada:

- 1) Hubungan dengan Pers (*Press Relations*). Merupakan salah satu bentuk kegiatan eksternal *public relations* yang ditujukan kepada pihak pers. Salah satu bentuk media masa yang bersifat tercetak seperti surat kabar harian, mingguan dan majalah, dengan demikian kegiatan *external public relations* mencakup pada usaha :
 - a) Menyiapkan bahan untuk *press release*.
 - b) Mengadakan *press interview* dan konferensi pers.
 - c) Mengadakan publisitas (*publicity*).
 - d) Mengadakan *press tour*.
 - e) Menyelenggarakan dan mempersiapkan informasi (*message arrangement*) bagi siaran radio dan televisi.

Tujuan dari kegiatan *press relations* ini adalah untuk memberikan informasi mengenai sesuatu kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui press dimana pada tahap selanjutnya pers akan menyebarkan informasi tersebut melalui pemberitaannya kepada masyarakat luas.

Dilain pihak melalui pers dalam kegiatan penyebaran informasi perusahaan, dimaksudkan agar masyarakat luas mengerti dan mengetahui perusahaan itu, serta bila ada pendapat dari sebagian publik yang bernada sumbang terhadap perusahaan, maka pers dapat memberi bantuan bagi menetralsir pendapat publik tersebut melalui

informasi yang didapatnya, sehingga pers dapat membantu untuk menghasilkan opini publik yang menguntungkan terhadap citra perusahaan.

- 2) Hubungan dengan pihak pemerintah (*Government Relations*). Salah satu bentuk dari kegiatan *external public relations* yang ditunjukkan kepada kegiatan menyelenggarakan hubungan dengan pihak pemerintah.
- 3) Hubungan dengan publik pelanggan (*Customer Relations*). Merupakan salah satu bentuk kegiatan *external public relation* yang kegiatannya diarahkan kepada menciptakan hubungan kepada pemakai jasa atau publik konsumen. Pengertian publik disini mempunyai arti yang luas, antara lain seperti publik ibu rumah tangga, publik anak sekolah, publik remaja, publik dewasa, pria, anak-anak, wanita dan sebagainya. Jika kegiatan *customer relations* ini, bila seorang petugas kehumasan ingin melaksanakan maka bentuk kegiatan penyelenggaraannya dapat dilaksanakan dalam bentuk a) Periklanan; b) publisitas, dan c) promosi penjualan.

Kegiatan *customer relations* ini dalam prakteknya dapat mencakup kepada bentuk kegiatan yang bertujuan seperti: a) Promosi suatu barang; b) Memperluas langganan; c) Memperoleh suatu data secara langsung bagi kegiatan dan survey pemasaran, dan; d) Mengukur minat dan perhatian seseorang anggota publik terhadap efek dari periklanan yang disiarkan.

- 4) Hubungan dengan publik masyarakat (*Community Relations*). Salah satu bentuk kegiatan *external public relations* yang ditujukan kegiatannya kepada usaha untuk menciptakan hubungan dengan masyarakat luas dengan mempergunakan bentuk-bentuk komunikasi seperti:
 - a) Periklanan
 - b) Publisitas
 - c) Pekan raya
 - d) *Public speaking* / retorika
 - e) Pameran
 - f) Pertemuan tokoh pemuka masyarakat (*opinion leader meeting*)
- 5) Hubungan dengan pihak pengedar (*Supplier Relations*). Salah satu bentuk dari kegiatan *external public relations* yang ditunjukkan kepada menyelenggarakan hubungan dengan pihak pengecer. Dari pelaksanaan kegiatan *supplier public relations* ini, sebaiknya seorang petugas keHumasan hendaknya memakai sarana seperti:
 - a) Penggunaan media komunikasi terbatas seperti, brosur, pamphlet, booklet, spanduk, billboard
 - b) Papan reklame

- c) Menggunakan kegiatan komunikasi kelompok seperti konperensi meja bundar, seminar,
- d) Panel, briefing, penataran kilat.
- 6) Hubungan dengan pihak pendidikan (*Educational Relations*)

Salah satu bentuk kegiatan *external public relations*, yang kegiatannya ditunjukkan kepada hubungan dengan pihak sekolah. Tujuan *external public relations* ini dalam menyelenggarakan hubungan dengan pihak pendidikan dapat mempunyai arti adalah bertujuan untuk memberikan bantuan secara khusus kepada pengembangan bidang pendidikan seperti:

- a) Memberi sumbangan bagi menunjang biaya pendidikan (*financial aids to educations*)
- b) Mengembangkan kepemimpinan pada siswa di perguruan tinggi (*developing leadership in college student*)
- c) Mengurus masalah sponsor bagi penyelenggaraan bantuan pendidikan (*bussines sponsored aids to educations*).

d. Media Komunikasi Eksternal. Media komunikasi eksternal yang sering dipergunakan oleh organisasi menurut Suryanto (2015: 189-191) antara lain sebagai berikut:

- 1) Media cetak, seperti majalah, bulletin, brosur, leaflet, ialah media komunikasi tercetak atau tertulis dimaksudkan untuk menjagkau publik eksternal seperti pemegang saham, konsumen, pelanggan, mitra kerja dan sebagainya. Media ini mempunyai fungsi:
 - a) Sebagai media penghubung
 - b) Sebagai sarana penyampaian keterangan-keterangan kepada khalayak (fungsi informatif)
 - c) Sebagai media pendidikan
 - d) Sebagai sarana membentuk opini publik
 - e) Sebagai sarana membangun citra
- 2) Media Elektronik
 - a) Radio, ialah alat elektronik yang digunakan sebagai media komunikasi dan informasi. Melalui radio, orang dapat mendengar siaran tentang berbagai peristiwa, kejadian penting dan baru, masalah dalam kehidupan serta acara hiburan yang menyenangkan.
 - b) Televisi, penyampaian pesan kepada publik melalui televisi dapat dilakukan dengan memasang iklan, mengundang wartawan atau reporter televisi agar memuat berita tentang kegiatan atau mengajukan permohonan untuk mengisi acara.
 - c) Internet, ialah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan tersebar diseluruh dunia. Internet merupakan media komunikasi berbasis komputer teknologi

informasi. Internet banyak dipilih oleh perusahaan untuk menjalin kemampuan dalam menjangkau khalayak.

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak menurut Effendy (2015: 129) dapat melalui berbagai bentuk media seperti:

- a) Majalah organisasi
- b) *Press release*
- c) Artikel surat kabar atau majalah
- d) Pidato radio
- e) Film dokumenter
- f) Brosur
- g) Leaflet
- h) Poster
- i) Konferensi pers

- e. Tujuan Komunikasi Eksternal. Tujuan umum dari komunikasi eksternal ini adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai instansi, misalnya mengenai aktivitas-aktivitas instansi, hasil-hasil yang diperoleh, mutu dari produk atau jasa instansi, fasilitas-fasilitas yang tersedia, keunggulan-keunggulan apa saja yang dimiliki dan lain sebagainya. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara instansi dengan pihak di luar instansi seperti pihak pers, pihak pemerintah, pihak pendidikan, instansi-instansi lain yang berkepentingan dan juga masyarakat umum (<http://eprints.uny.ac.id/16435/1/SKRIPSI.pdf>).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Divisi Humas Polri yang beralamatkan di Jl. Trunojoyo No.3 Kebayoran Baru Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12110. Penelitian ini berlangsung sejak bulan Mei 2017.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, karena peneliti mendapatkan sumber informasi dengan metode pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan wawancara.

Dalam penelitian kualitatif, sampel sumber data dipilih secara *purposive* yang bersifat *snowball sampling*. Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang sesuai dengan temuan di lapangan.

Kegiatan yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara kepala sub bagaian berita bagian penerangan umum biro penerangan masyarakat Divisi Humas Polri, kepala bagian pelayanan informasi dan dokumentasi biro pengelola informasi dokumentasi Divisi Humas Polri dan perwira administrasi bagian pelayanan informasi dan dokumentasi (PID) serta didokumentasikan menggunakan catatan lapangan, kamera dan *type recorder*.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Dalam hal ini ada tiga komponen pokok menurut Miles dan Huberman dalam buku suhiyono mengajukan teknik analisis data sebagai berikut:

- a. Data *Reduction* (Reduksi Data)
- b. Data *Display* (Display Data)
- c. *Conclusions :Drawing/ Verifying*

Pembahasan

Untuk mengetahui Komunikasi Eksternal yang dilakukan Divisi Humas Polri maka pertama peneliti melakukan pengumpulan data dilapangan. Berikut dikemukakan hasil pengumpulan data dari berbagai prosedur yang telah peneliti lakukan diantaranya melakukan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasilnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komunikasi dari Organisasi kepada Khalayak

a. Informasi

Dari hasil temuan penelitian informasi atau pemberitaan yang dapat disampaikan kepada khalayak sudah diatur dalam Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Penyampaian informasi yang dilakukan oleh instansi Humas Polri bersumber dari satuan kerja atau satuan wilayah. Dalam Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik terdapat informasi yang dikecualikan dan informasi yang wajib disediakan serta diumumkan (informasi berkala, informasi serta merta dan informasi setia saat). Sebelum informasi disampaikan kepada khalayak luas, informasi dari satuan kerja terlebih dahulu dilakukan uji konsekuensi (informasi yang dikecualikan). Informasi yang dapat menghambat proses penyelidikan dan penyidikan kepolisian; mengungkapkan identitas informan, pelapor, saksi dan/atau korban yang mengetahui adanya tindak pidana; mengungkapkan data intelejen kriminal; membahayakan keselamatan dan kehidupan penyidik dan/ atau keluarganya; dan membahayakan keamanan peralatan, sarana dan/ atau prasarana penyidikan Polri.

b. Prosedur

Prosedur ini merujuk pada Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Peraturan KaPolri No. 24 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Polri yang telah di revisi dari Peraturan KaPolri No. 16 Tahun 2010. Prosedur yang diterapkan di lingkungan Humas Polri dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mengenai informasi dan pelayanan pengaduan.

1) Informasi

- a) SOP Uji Konsekuensi Informasi Publik yang Dikecualikan

Bagian Anev melaksanakan uji konsekuensi dengan mengirimkan surat perintah kepada satuan kerja Polri dan mengundang tim uji konsekuensi untuk melaksanakan uji konsekuensi terhadap informasi yang dikecualikan. Apabila ketua tim penguji menetapkan informasi publik yang diterima maka informasi publik yang dimohonkan ditetapkan menjadi informasi yang dikecualikan dan apabila ditolak maka informasi tersebut dapat di konsumsi publik. Pelaksanaan uji konsekuensi ini diketahui oleh kepala Divisi Humas Polri dan pejabat pengelola informasi dan dokumentasi. Pelaksanaan ini kemudian dibuat berita acaranya serta di dokumentasikan yang bertujuan untuk dijadikan dasar dalam hal terjadi sengketa informasi.

b) Tata Cara Memperoleh Informasi

Pemohon informasi publik mengajukan permintaan informasi kepada badan publik, baik langsung secara lisan, maupun melalui surat atau surat elektronik (email). Permohonan informasi harus mengisi data pada formulir pengajuan informasi dan meminta tanda buktinya.

c) SOP Penanganan Sengketa Informasi Divisi Humas Polri

Bagian Anev melaksanakan proses sengketa informasi; kepala sub bagian sengketa membuat surat kepada Bidkum sebagai Pendamping sidang & surat kepada satuan kerja terkait informasi yang disengketakan; divkum Polri melaksanakan koordinasi dengan pejabat PID satuan kerja terkait alasan tidak tersedianya data informasi publik yang di minta; kepala bagian anev dan kepala biro PID melakukan koordinasi dalam menyusun bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan sidang gugatan; kepala bagian anev, kepala sub bagian sangketa/ yanduan, satuan kerja terkait, Divkum Polri serta KIP, kegiatan sidang selaku saksi dalam pemberian informasi mendampingi staaf divkum selaku kuasa sengketa informasi dan melaksanakan mediasi dalam persidangan dan kepala bagian anev melaporkan hasil sidang sengketa informasi kepada pimpinan PID maupun satuan kerja PID.

2) Pelayanan Pengaduan Divisi Humas Polri

Pada saat masyarakat datang ke bagian Anev secara kelompok maupun perorangan didampingi Satwal (Bagi Pengunjuk rasa) sedangkan perorangan atau kelompok non unjuk rasa datang secara langsung tanpa di damping Satwal; kepala sub bagian yanduan/ staf mempersilahkan pengadu untuk mengisi buku pengaduan dan

daftar hadir pengaduan yang di tandatangani oleh Kasubbag Yanduan/ Staf yang menerima; mengisi formulir penerimaan pengaduan; Staf mendokumentasikan pelayanan pengaduan; memfoto copy formulir penerimaan pengaduan yang telah diisi sebanyak 2 rangkap kemudian diberikan kepada pengadu, pengaduan akan diteruskan secara tertulis (dalam bentuk surat) ke Satker atau Satwil yang berkompeten; kepala sub bagian yanduan/ staf mempersilahkan pengadu untuk memberikan penilaian (*emoticon*) yang terdiri dari emoticon kecewa, kurang puas, puas, maupun memuaskan atas pelayanan yang diberikan.

c. Kegiatan

Kegiatan eksternal yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri yaitu :

1) Hubungan dengan press (*Press Relations*)

Kegiatan yang dilakukan Humas Polri dalam menjalin hubungan dengan press yaitu press release, press tour, jumpa pres, pembinaan wartawan press gethring, *focus group discussion* (FGD). Seseorang yang berhak menyampaikan informasi dari pemberitaan dalam kegiatan press release yaitu Kepala Divisi Humas Polri Irjen Setyo Wasisto, Kepala Biro Penerangan Masyarakat bpk.Bridgen Pol Rikwanto dan Kepala Bagian Penerangan Umum Bpk. Kombes Pol Drs. Martinus Sitompul.

2) Hubungan dengan pihak pemerintah (*Government Relations*)

Mengundang salah satu pihak pemerintah seperti Brigjen Pol Agung Setya, SH., SIK., MSI, Triwahyudi Saleh Direktur Pengadaan (BULOG), Sukarwan Direktur Holtikultural dan dari Komisi Pengawasan Persaingan Usaha dalam kegiatan *focus group discussion* yang diselenggarakan Divisi Humas.

3) Hubungan dengan publik masyarakat (*Cummunity Relations*)

Melakukan hubungan baik dengan publik masyarakat dengan mengundang beberapa elemen masyarakat dan bahkan tokoh masyarakat itu sendirilah yang menjadi narasumber.

4) Hubungan dengan pihak pendidikan (*Educational Relations*)

Instansi Humas Polri dalam menjalankan kegiatan *focus group discussion* melibatkan atau mengundang para mahasiswa dari universitas yang berbeda.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kinerja dan kegiatan Polri, membangun networking, kerjasama yang baik dengan rekan-rekan media, supaya mendukung open government,

memberikan edukasi kepada masyarakat terkait hukum dan terkait Polri, menjaga citra Polri sebagai bentuk akuntabilitas Polri dalam perencanaan kerja dan pertanggung jawaban anggaran.

d. Media

Media komunikasi yang dipergunakan Humas Polri untuk menjalin hubungan dan menyampaikan informasi atau pemberitaan dengan pihak-pihak yang berada di luar organisasi yaitu menggunakan media:

1) Media Cetak

Media cetak disini bukan berarti Humas Polri yang memuat berita lalu memublishnya melalui media cetak seperti koran dan majalah yang nantinya akan dikonsumsi masyarakat luas. Media cetak dalam hal ini Humas Polri memiliki relasi dengan pers yang kemudian pers tersebutlah yang selalu update mengikuti informasi atau pemberitaan mengenai Polri, kemudian hasil informasi yang mereka peroleh akan dimuat pemberitaannya di koran atau majalah terkait kegiatan dan kinerja yang dilakukan Polri.

2) Media Elektronik

a) Radio

Humas Polri dalam menyebarluaskan informasi dan pemberitaan tidak hanya menggunakan media cetak, akan tetapi media elektronik seperti radio pun juga di pergunakan. Salah satunya saat peneliti melakukan penelitian yang mengikuti suatu kegiatan Humas Polri pada kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) dialog Polri bahwa acara tersebut disiarkan secara langsung oleh saluran radio Sindotrijaya 104.6 FM.

b) Televisi

Humas Polri dalam melakukan penyampaian informasi dan memberitahuan mengenai kinerja serta kegiatan Polri menggunakan media elektronik televisi. Banyak stasiun televisi yang memberitakan tentang kegiatan dan kinerja Polri seperti salah satunya siaran 86 yang ada di stasiun Net tv dan acara target yang ada di Kompas tv serta beberapa stasiun tv lain. Televisi merupakan media pengantar pesan informasi ke masyarakat luas yang digunakan Polri khususnya Humas Polri dalam penyampaian informasi yang terkait kebijakan, respon ataupun nasehat kepada masyarakat akan isu sara atau kejadian yang meresahkan masyarakat.

c) Media Internet

Media internet Humas Polri menggunakan media internet untuk menjangkau secara luas dalam penyebaran informasi mengenai kinerja dan kegiatan Polri melalui link www.Humas.go.id. Informasi dari situs ini bersumber dari 34 satuan kerja Polri yang mempunyai operator

sebagai admin yang dapat menginput informasi untuk dikonsumsi khalayak luas.

d) Media Sosial

Penyampaian informasi melalui media sosial ini tidak sama dengan media internet (website Humas Polri) di media sosial ini yang dapat menginput informasi hanya bagaikan biro multimedia yang sebagai adminnya. Media sosial yang dimiliki Humas yaitu facebook, instagram dan twitter dengan nama akun Humas Polri.

e. Kepercayaan public

Seluruh anggota Polri membangun kepercayaan masyarakat dan Humas Polri ikut berperan penting dalam menjembatani instansi kepada masyarakat dalam membangun kepercayaan masyarakat. Hal yang dilakukan Polri dan Humas Polri dalam membangun kepercayaan masyarakat. Polri dengan action dilapangan, Humas Polri memberikan penyampaian dan informasi yang terupdate serta dapat dipertanggung jawabkan dengan menampilkan kinerja juga prestasi Polri, dan Humas Polri siap melayani masyarakat dalam unjuk rasa ataupun pengaduan.

f. Hambatan

Hambatan dalam komunikasi eksternal adanya hambatan terkait isu sara mengenai penyebaran pemberitaan yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Hambatan terkait isu sara bahwasannya Polri dilekatkan dengan politik tertentu. Masalah utamanya dalam komunikasi eksternal adalah masyarakat yang sudah tercekoki faham-faham anti pemerintah serta anti terhadap TNI dan Polri. Banyaknya haters yang melakukan pemberitaan negatif yang dapat membuat keresahan serta membuat ujaran kebencian terhadap instansi Polri juga Divisi Humas Polri.

2. Komunikasi dari Khalayak kepada Organisasi

a. Opini

Opini dari masyarakat pasti adanya pro dan kontra terhadap kinerja dan kegiatan kepolisian. Kepolisian beserta Humas Polri berupaya melakukan yang terbaik untuk masyarakat dan berusaha menciptakan opini positif dari masyarakat.

Selain memberikan opini, masyarakat juga bisa menyampaikan pengaduan yang mereka rasakan serta suatu hal yang sedang terjadi dengan datang langsung ke instansi Humas Polri.

Opini positif Humas Polri yaitu Humas Polri selalu memberikan informasi serta pemberitaan yang teraktual di masyarakat dengan segala upaya yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan atas kejadian yang menimpa masyarakat dengan cara mengadakan press release, melakukan koordinasi ke jajaran satuan kerja atas permasalahan yang

terjadi dan melayani pengaduan masyarakat dengan ramah.

Opini negatif dari masyarakat mengenai Humas Polri yaitu terdapat akun yang menjelekkan bagian di biro Humas keterkaitan situs Humas Polri yang tidak dapat diakses, akun tersebut menyiarkan secara langsung lewat Instagram bahwa website tersebut sedang di hack. Pada kenyataannya bahwa website resmi Humas Polri tersebut sedang diperbaiki fitur tampilannya.

b. Umpan Balik

Setelah menerima informasi dengan segala bentuk pemberitaan yang disampaikan Humas Polri ataupun akun yang tidak bertanggung jawab dan melihat kinerja serta kegiatan yang dilakukan kepolisian maka masyarakat memberikan *feedback* atau umpan balik kepada Humas Polri dan jajaran kepolisian. Umpan balik yang diberikan masyarakat berbagai macam bentuknya dengan mengamati berbagai media eksternal Humas Polri (*ngelike* tiap postingan yang diunggah Humas Polri, meneruskan kembali postingan yang disampaikan Polri, komentar dari masyarakat atas kegiatan Polri baik itu positif dan negatif.) dan pengiriman karangan bunga.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai Komunikasi Eksternal Divisi Humas Polri, maka dapat disimpulkan sebagaimana uraian berikut:

- a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak yang ada di Divisi Humas Polri meliputi, informasi yang disampaikan kepada masyarakat harus sesuai dengan Undang-Undang No. 14 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Dalam undang-undang tersebut terdapat informasi berkala, informasi serta-merta dan informasi setiap saat. Sebelum informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat, Divisi Humas Polri bagian anev melakukan uji konsekuensi informasi yang dikecualikan untuk tiap satuan kerja Polri. Terdapat prosedur yang ada di Divisi Humas Polri yang berhubungan dengan komunikasi eksternal mengenai informasi dan pelayanan pengaduan. Informasi yang disampaikan melalui beberapa kegiatan menggunakan media dalam menyebarkan pemberitaan kepada publik. Tujuan dari penggunaan media yang digunakan Divisi Humas Polri agar informasi yang disampaikan kepada khalayak jangkauannya luas. Semua bentuk ketransparanan yang dilakukan Humas Polri serta jajaran kepolisian bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan publik. Dalam komunikasi organisasi kepada khalayak terdapat hambatan upaya yang

dilakukan dengan memberikan bantahan berupa fakta nyata yang dapat dipertanggung jawabkan dan diharapkan masyarakat dapat bijak dalam menerima informasi yang berkenaan dengan instansi kepolisian.

- b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi Humas Polri tidak hanya melakukan komunikasi dari organisasi kepada khalayak tetapi komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Humas Polri tidak hanya searah dalam melakukan komunikasi eksternal melainkan dua arah. Opini yang disampaikan masyarakat pro dan kontra. *Feedback* (umpan balik) yang diberikan khalayak pun ada yang positif dan ada juga yang negatif. Opini dan *feedback* (umpan balik) diperoleh dengan mengamati berbagai media massa, media online, kegiatan yang dilakukan Humas Polri dan sumber yang dapat dipercaya. Opini dan *feedback* (umpan balik) itulah yang sangat penting untuk cerminan diri instansi Humas Polri sebagai sarana kritik yang tujuannya dapat membangun Humas Polri serta jajaran kepolisian menjadi lebih baik lagi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran yang sekiranya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pada Divisi Humas Polri mengenai komunikasi eksternal. Saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

- a. Sebaiknya mempunyai ruangan khusus untuk para pers (wartawan) agar tidak sembarangan duduk dilantai lobby dalam menunggu informasi atau pemberitaan yang akan disampaikan oleh para pimpinan Humas Polri.
- b. Hendaknya mempunyai ruang tunggu yang memadai untuk tamu dan masyarakat yang datang dalam melakukan pengaduan ke instansi Humas Polri.

Daftar Pustaka

Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Effendy, Onong Uchjana. 2016. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Gassing, Syarifudin S. 2016. *Public Relation*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

<http://news.okezone.com/read/2016/11/15/337/1541731/gelar-perkara-ahok-dilarang-masuk-ketua-gnpf-mui-nilai-masih-ada-ketidakterbukaan diakses pada tanggal 18/03/17, 14.00WIB>

<http://www.humaspolri.go.id>

Jurnal K3LL
<http://jurnaleselamatandankesehatankerja.blogspot>

.co.id/2011/07/prosedur-komunikasi.html diakses
pada tanggal 22/03/2017, 10.05 WIB

Ruslan, Rosady.2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo.

Sukoco, Badri Munir 2007. *Manajemen Administrasi Modern*. Jakarta: Erlangga.

Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Undang- undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP).

Undang- undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia