

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations*

(Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

Muhammad Adhi Santika¹, Charisma A. Fitrananda²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung

Submitted : 06 Januari 2023,

Accepted : 13 Januari 2023,

Published : 30 Januari 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana aktivitas *external public relations* di Humas Polda Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan *excellence theory* dari Grunig, dkk. *Excellence theory* membahas tentang peran dan fungsi ideal humas yang harus dijalankan dalam sebuah organisasi melalui *excellence communications*. *Excellence communications* terdiri dari tiga aspek yang saling terkait, yaitu pengetahuan dasar, harapan bersama dan budaya partisipasi organisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan tidak ada pengujian teori. Paradigma penelitian post-positivisme mengutamakan data verbal untuk diolah. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah observasi lapangan, wawancara mendalam dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini, ketiga aspek dari *excellence communication* sudah diterapkan dengan baik pada aktivitas *external public relations* di Humas Polda Jawa Barat. Humas mampu mengelola arus informasi baik internal maupun eksternal, melakukan komunikasi dua arah antara Polda Jabar dengan masyarakat. Adanya harapan bersama antara humas dan pimpinan agar tidak sulit mendapatkan persetujuan dalam setiap perencanaan kegiatan kehumasan. Budaya komunikasi yang diterapkan dalam kegiatan *external public relations* adalah komunikasi terbuka yang meningkatkan partisipasi semua pihak terkait.

Kata kunci: *excellence communications, komunikasi dua arah, koalisi dominan, budaya Partisipasi*

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how external public relations activities in west java police public relations. This study uses the excellence theory from Grunig, et al. Excellence theory discusses the ideal role and function of public relations that must be carried out in an organization through excellence communications. Excellence communications consists of three interrelated aspects, namely basic knowledge, shared expectations and a culture of organizational participation. This research uses descriptive qualitative research methods by observing and there is no theory testing. The research paradigm is post-positivism prioritizing verbal data to be processed. Data collection procedures used were field observations, in-depth interviews and literature studies. The results of this study, the three aspects of excellence communication have been well applied to external public relations activities in west java police public relations. Public relations is able to manage the flow of information both

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

internally and externally, carrying out two-way communication between the Bandung Police and the mass media. There is a shared expectation between the public relations and the leadership so that it is not difficult to get approval for every public relations planning. Communication culture that is applied to external public relations activities is open communication that increases the participation of all parties concerned.

Keywords: excellence communications, two-way communication, dominant coalition, participation culture

Korespondensi: Muhammad Adhi Santika, S.Ikom. Universitas Pasundan. Jalan Lengkong Besar No. 68 Bandung. Kode Pos 40261. muhadhisantika@gmail.com

PENDAHULUAN

Jawa Barat merupakan provinsi yang besar. Dilansir dari data SIAK, Provinsi Jawa Barat didiami penduduk sebanyak 46.497.175 jiwa. Penduduk ini tersebar di 26 Kabupaten/Kota, 625 Kecamatan dan 5.899 Desa/Kelurahan. Bukanlah hal mudah untuk mewujudkan keterbukaan informasi untuk khalayak bagi instansi pemerintah. Terlebih ke pelosok-pelosok daerah yang masih minimnya alat komunikasi ataupun media cetak lainnya. Ini sangat memungkinkan informasi pemerintah yang disampaikan tidak tepat waktu dan tidak dipahami oleh masyarakat pelosok dengan baik.

Atas dasar itu, Humas Polda Jabar membuat satu program yaitu Duta Desa (DeDe) Humas Polda Jabar. DeDe humas Polda Jabar adalah salah satu program *External public relations* dari Humas Polda Jabar yang berkaitan dengan penyebaran informasi dan pendeteksi kejadian dini di daerah pelosok. DeDe humas Polda Jabar merupakan perwakilan dari tokoh masyarakat, tokoh agama atau pesantren, karang taruna dan ibu-ibu PKK yang bekerjasama secara sukarela dari tiap-tiap desa yang memberikan informasi dan/atau menerima informasi melalui media sosial secara cepat dan akurat.

DeDe Humas Polda Jabar merupakan perpanjangan tangan dari Humas Polda Jabar yang menjangkau hingga ke pelosok daerah. Karena merupakan hak bagi seluruh masyarakat Jawa Barat di manapun ia berada untuk mendapatkan informasi secara tepat, cermat dan mudah dipahami. Dengan adanya “DeDe Humas Polda Jabar” tentu merupakan salah satu solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan komunikasi pada humas hingga ke pelosok daerah Jawa

Barat. Ini diharapkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat hingga ke pelosok daerah sehingga terkendali respon kebutuhan masyarakat terhadap kepolisian.

Menurut Rachmadi (2012) tujuan humas pada dasarnya adalah untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dengan publik masyarakat. Untuk memperoleh hal tersebut, humas harus bisa menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui proses komunikasi yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Memahami prinsip teknik berkomunikasi akan sangat membantu humas mencapai tujuannya. Dengan komunikasi yang baik, humas dapat menyampaikan dengan mudah semua visi, misi dan tujuan perusahaan, menjalin dan menjaga hubungan baik dengan semua pihak.

Pada instansi kepolisian mulai dari tingkat pusat hingga wilayah kecamatan, adalah suatu keharusan untuk memiliki Humas pada struktur organisasinya guna memenuhi kebutuhan terkait informasi berupa kebijakan, program, dan kegiatan lembaga kepolisian kepada masyarakat luas. Polisi sebagai pelayan masyarakat memberikan penjelasan kepada masyarakat agar terjadi perubahan perilaku yang berguna serta menciptakan hubungan yang harmonis dan kondusif antar kedua belah pihak. Salah satu cara untuk mengadakan hubungan ini tak lain dan tak bukan adalah dengan berkomunikasi (Oedi *et al.*, 2020).

Dalam UU No. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. Undang-undang ini berkaitan dengan hak masyarakat untuk mendapatkan informasi. Terdapat empat jenis informasi publik yang telah diatur. Pertama, informasi yang wajib disediakan secara berkala meliputi laporan keuangan, kegiatan dan kinerja instansi terkait. Kedua, informasi wajib yang diumumkan berkaitan dengan keselamatan banyak orang seperti informasi tentang bencana alam, ketertiban umum, wabah penyakit, dan sebagainya. Ketiga, informasi yang wajib tersedia setiap waktu berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dan yang keempat, informasi yang bersifat ketat dan terbatas atau tidak boleh disebarluaskan karena berkaitan dengan keselamatan negara.

Humas pada instansi Polri bertugas untuk membina, mengumpulkan, mengolah, menyajikan data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan penyampaian informasi baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Penerapan tugas dan peran tersebut diwujudkan dengan menjalin silaturahmi, diskusi, sosialisasi, audiensi, dialog, memenuhi permintaan undangan, narasumber, serta melakukan pembinaan yang bersifat teknis (Oedi *et al.*, 2020). Dalam kegiatan *public relations* komunikasi menjadi hal penting. Sebagaimana

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

seorang *public relations* ketika menjadi komunikator harus memahami latar belakang lawan bicaranya dan mampu menempatkan diri sehingga komunikasi akan berlangsung secara efektif. Menurut Panuju (2018), Komunikasi dapat berjalan efektif jika memperhatikan lima aspek. Pertama, kejelasan. Dalam komunikasi harus menggunakan bahasa yang jelas dan dimengerti, sehingga dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh komunikan. Kedua, ketepatan. Hal ini berkaitan dengan penggunaan bahasa yang tidak bertele-tele dan berputar-putar ketika menyampaikan informasi, agar hal ini dapat membuat komunikan fokus pada setiap yang disampaikan dan dapat memengaruhi langsung ke dalam pemikirannya. *Gesture* serta ekspresi wajah yang tepat juga dapat menambah keberhasilan dalam komunikasi. Ketiga, konteks. Hal ini menjelaskan bahwa bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan situasi dan lingkungan dimana komunikasi itu berlangsung. Keempat, alur. Untuk bahasa dan informasi yang akan disampaikan harus dengan alur atau sistematika yang jelas, agar komunikan dapat menerima informasi dengan cepat dan tanggap. Dan yang kelima, budaya. Hal ini juga harus menjadi perhatian dalam penyampaian informasi. Komunikator harus dapat beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan budaya komunikan, baik itu secara verbal maupun nonverbal. Hal ini berguna untuk menghindari terjadinya kesalahan persepsi.

Tujuan komunikasi adalah untuk memberikan informasi. Komunikasi juga bertujuan untuk memberikan pengaruh pada perilaku seseorang dengan harapan penerima berperilaku selaras dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi. Perilaku dari penerima informasi merupakan titik penting dalam berkomunikasi, sebab hal ini menandakan apakah informasi dapat disampaikan dengan baik dan dimengerti oleh penerima dan menjadi penanda juga bagi pemberi informasi mengenai sudah efektif atau belum komunikasi yang ia lakukan (Herlina, 2015).

Dari riset tersebut, dapat disimpulkan bahwa program “DeDe Humas Polda Jabar” merupakan salah satu solusi yang tepat untuk mencapai tujuan dari komunikasi dimana segala opini dan *feedback* sekalipun dalam bentuk positif ataupun negatif dapat dikantongi oleh Humas Polda Jabar hingga ke pelosok daerah. Akan tetapi, bagaimanapun juga perlu penelitian yang lebih lanjut lagi untuk memastikan apakah “DeDe Humas Polda Jabar” benar-benar layak untuk menjadi bagian dari Humas Polda Jabar.

Salah satu teori komunikasi yang bisa digunakan untuk membuktikan hal ini ialah dengan menggunakan *excellence theory* yang berasal dari *excellence study* yang dilakukan oleh

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)
(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

Grunig, dkk. Konsep struktur yang ditemukan dalam studi *excellence* menurut Grunig *et al.* (2002), berfokus pada membangun kerangka kerja yang luas dengan penekanannya berpusat pada seberapa penting struktur organisasi pada tingkat departemen, berfungsi menentukan peran dan tugas praktisi agar dapat meningkatkan pengaruhnya dalam organisasi dan diperlukan struktur terbaik bagi humas yang memungkinkan melaksanakan tugas dan fungsi untuk mencapai tujuan organisasi.

Ajianto *et al.* (2018) juga menambahkan bahwa efektivitas humas didefinisikan sebagai sejauh mana hubungan masyarakat sebagai subsistem sosial sebuah organisasi, diberi sumber daya dan sarana tertentu, memenuhi tujuan tanpa melumpuhkan sarana dan fungsinya sumber daya dan tanpa menempatkan keregangan yang tidak semestinya pada anggotanya.

Sementara *Excellence Theory* membahas bagaimana peran ideal humas dalam menjalankan fungsi komunikasi berdasarkan *excellence communications* yang didalamnya terdapat tiga aspek. Apabila Humas Polda Jabar telah menerapkan *excellence communications* pada aktivitas *external public relations* dapat diyakini bahwa telah terjalin hubungan yang baik antara humas sebagai perwakilan dari Polda Jabar dengan publiknya.

Berdasarkan latar belakang tersebut “Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations*” dipilih sebagai judul penelitian untuk menjelaskan bagaimana Humas Polda Jabar dalam menjalankan kegiatan *external public relations* berdasarkan *excellence theory*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses *knowledge core, shared expectation*, serta *Participative Culture* Humas Polda Jawa Barat dalam melakukan kegiatan *external public relations*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti langsung datang ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan bertindak sebagai pengamat. Peneliti tidak memanipulasi variabel. Dalam metode deskriptif kualitatif, peneliti tidak melakukan pengujian terhadap teori yang digunakan (Salim & Syahrums, 2012).

Peneliti akan memasuki kelompok sosial yaitu bagian Humas Polda Jawa Barat untuk melakukan observasi dan wawancara terhadap pihak yang memiliki pengetahuan dan berkaitan dengan penelitian dalam hal ini Kabid Humas, Kasubid Humas dan para staf Humas Polda Jawa Barat. Pemilihan informan dilakukan dengan pertimbangan dan tujuan untuk melengkapi

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

data penelitian. Hasil dari penelitian dengan menggunakan metode kualitatif hanya berlaku untuk kelompok sosial yang diteliti yaitu Humas Polda Jawa Barat.

Pengamatan dilakukan tidak hanya satu hari melainkan datang ke lokasi penelitian berkali-kali hingga data yang dibutuhkan terlengkapi. Dengan menggunakan metode kualitatif diharapkan dapat menjelaskan secara mendalam mengenai hasil wawancara, pengamatan tingkah laku selama penelitian dilapangan mengenai aktivitas *External public relations* Humas Polda Jawa Barat yang menjadi objek penelitian.

Metode penelitian deskriptif kualitatif termasuk kedalam paradigma penelitian post-positivistik atau post-positivisme. Menurut paradigma post-positivisme realitas itu nyata dibentuk oleh data, fakta dan didasarkan kepada logika. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma postpositivisme yang erat dengan penelitian kualitatif. Menurut Salim & Syahrums (2012), penelitian yang menganut post-positivisme mengembangkan pengetahuan dengan mengumpulkan data terutama data verbal dengan studi mendalam lalu mengolahnya secara analisis induktif. Peneliti telah menginterpretasikan, menafsirkan, dan memaknai data yang menjadi permasalahannya. Penafsiran terhadap paradigma ini cenderung tidak tetap dan situasional. Dalam artian bisa berubah seiring waktu. Dalam menggunakan paradigma post-positivisme, peneliti melakukan observasi dan verifikasi mengenai penerapan *Excellence Communications* di bagian Humas Polda Jawa Barat dalam menjalin relasi. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil akhir bagaimana Humas Polda Jawa Barat menerapkan *Excellence Communication* dalam kegiatan *External public relations*.

Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang memberikan informasi atau keterangan untuk melengkapi data-data mengenai masalah dalam penelitian. Pihak-pihak yang memberikan informasi ini disebut juga dengan informan dalam penelitian kualitatif atau responden dalam penelitian kuantitatif (Salim & Syahrums, 2012). Kriteria umum subjek atau informan dalam penelitian *External public relations* di Humas Polda Jawa Barat adalah pihak yang bertanggungjawab sebagai Kepala Bidang Humas Polda Jawa Barat, pihak yang terlibat dalam perencanaan kegiatan *External public relations*, pihak yang berhubungan langsung dengan media ataupun wartawan dan pihak yang memiliki pengetahuan atau keilmuan tentang *External public relations*. Informan bisa berupa individu, kelompok, komunitas atau masyarakat luas. Menurut (Salim & Syahrums, 2012), informan dalam penelitian terdiri dari beberapa jenis,

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

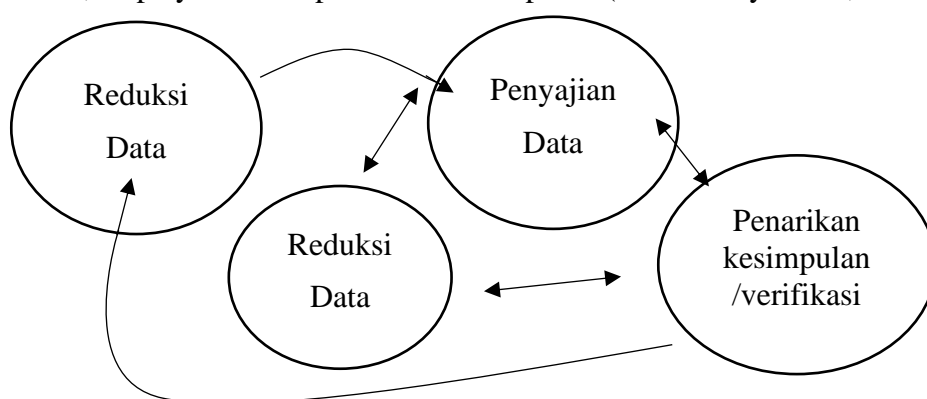
Pertama ialah Informan kunci. Informan kunci adalah subjek yang memiliki informasi utama mengenai aktivitas *External public relations* di Humas Polda Jawa Barat. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Sub Bidang Humas Polda Jawa Barat. Selanjutnya informan pendukung, adalah subjek yang dapat memberikan informasi tambahan untuk melengkapi data-data penelitian. Informan tambahan merupakan orang yang terlibat secara langsung dan memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai *External public relations* sebagai salah satu kegiatan yang ada di bagian Humas. Informan tambahan dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Humas Polda Jabar dan lima orang personil Humas Polda Jabar. Terakhir, Informan akademisi adalah subjek yang memiliki pengetahuan atau keilmuan dan dapat memberikan penjelasan mengenai aktivitas *External public relations*. Informan ahli pada penelitian ini adalah salah satu Dosen jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan yaitu Bapak Kiki Nurjaman, S.Sos., M.I.Kom.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah *excellence theory* dan yang menjadi objek penelitiannya adalah aktivitas *External public relations* di Humas Polda Jawa Barat. *External public relations* adalah salah satu kegiatan humas yang memerlukan perancangan agar hubungan yang terjalin berlangsung dengan efektif dan saling menguntungkan baik bagi Polda Jabar ataupun bagi publik. *External Public Relations* di humas Polda Jabar sangat dibutuhkan guna membina hubungan antara humas Polda Jabar dengan publiknya. Hubungan yang dilakukan supaya kebijakan Polda Jabar dapat dipahami dengan baik oleh publik. Dengan begitu tujuan tujuan Polda Jabar dapat tercapai tanpa adanya resistensi dari publiknya sendiri. Hal ini bertujuan untuk membangun citra kepolisian di Jawa Barat dan juga masyarakat dapat mengetahui perkembangan atau kinerja dari Polda Jabar. Selain itu *external public relations* juga dibutuhkan untuk mensosialisasikan mengenai berbagai program kerja di Polda Jabar atau kebijakan dan aturan yang perlu ditaati oleh masyarakat. Lokasi dari penelitian ini adalah Polda Jabar yang terletak di Jl. Soekarno Hatta No.748, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat. Tepatnya di kantor bagian Humas Polda Jabar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, maka metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan dan studi kepustakaan. Peneliti terjun langsung ke lapangan dengan mendatangi ruangan Humas Polda Jabar yang bertempat di Jl. Soekarno Hatta No.748, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat.

Pengumpulan data kualitatif menurut Lincoln dan Guba di dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif oleh Salim & Syahrums (2012), menyebutkan diantaranya ialah (1) Observasi Lapangan, observasi yang dilakukan adalah pengamatan langsung terhadap perilaku, interaksi dan situasi selama kegiatan *External public relations* di Humas Polda Jabar berlangsung. Peneliti mencatat, merekam dan mendokumentasikan berbagai informasi yang didapatkan dan disaksikan selama penelitian. Data dari hasil pengamatan ini kemudian dikumpulkan untuk mendukung dan memperkuat analisis penelitian. (2) Wawancara mendalam merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan subjek penelitian yang menjadi informan. Wawancara dilakukan kepada informan yang memiliki kaitan dengan kegiatan *External public relations* di Humas Polda Jabar. Wawancara mendalam dilakukan berulang-ulang untuk mendapat data secara lisan melalui tanya-jawab secara *online* ataupun tatap muka sehingga gerak tubuh, mimik wajah dan respon dari informan dapat melengkapi data penelitian. (3) Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi dari sumber tertulis seperti buku, jurnal, koran, artikel dari internet, dokumen instansi, *website* perusahaan dan data-data yang berkaitan dengan *External public relations* sebagai bahan rujukan. Peneliti juga meminta beberapa arsip Humas yang berkaitan dengan kegiatan *External public relations* untuk melengkapi data penelitian.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data antara lain reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan (Salim & Syahrums, 2012).



Gambar 1. Analisis data model Miles dan Huberman

Sumber : Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif, Salim & Syahrums (2012)

Reduksi data ialah semakin lama periode penelitian lapangan, maka semakin besar jumlah data yang diperoleh. Oleh karena itu, data-data yang diperoleh harus direduksi. Reduksi data adalah proses merangkum, pemilihan dan memfokuskan pada informasi yang penting, membuang yang tidak diperlukan sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya. Penyajian data adalah proses setelah reduksi data. Penyajian data bisa berupa uraian singkat yang sifatnya naratif. Dalam penyajian data, peneliti telah membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai hal yang terjadi dan hal apa yang perlu ditindaklanjuti sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Selanjutnya kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan merupakan temuan baru yang belum pernah ada serta harus kredibel disertai dengan bukti-bukti yang mendukung sehingga dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Excellence Communication berasal dari *Excellence Theory* yang dilakukan pada tahun 1985 oleh Grunig dan tim (Santi Hastuti, 2014). *Excellence Communication* merupakan komponen-komponen yang menguraikan peran Humas yang efektif di dalam organisasi. Hal tersebut telah dibuktikan Grunig melalui studinya pada 324 organisasi di Amerika Serikat, Inggris, dan Kanada. Melalui penelitiannya yang dinamakan *Excellence Study*, Grunig memberikan gambaran mengenai penerapan Humas yang ideal dan pengaruhnya dalam mencapai keberhasilan bagi organisasi. *Excellence Communication* terdiri dari tiga bulatan (*sphere*) yang bekerja saling berkaitan satu sama lain. Tiga bulatan tersebut antara lain dasar pengetahuan (*Knowledge Core*), harapan bersama (*Shared Expectations*), dan budaya organisasi yang partisipatif (*Participative Culture*). Budaya organisasi yang ideal bagi *Excellence Communication* adalah budaya yang partisipatif dimana karyawan merasa nyaman dengan lingkungan pekerjaannya, adanya kerjasama tim, dan kesepakatan bersama dalam membuat keputusan organisasi.

Dasar pengetahuan merupakan bulatan inti *Excellence Communication* yang berbicara mengenai pengetahuan yang harus dimiliki Humas di dalam organisasi yaitu pengetahuan dalam menjalankan peran manajerial dan komunikasi dua arah. Peran manajerial adalah tanggung jawab Humas dalam menjalankan manajemen semua program komunikasi organisasi, terutama manajemen strategi. Humas dituntut untuk bisa

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

menghasilkan strategi dan program-program yang dapat menguntungkan organisasi. Pada penelitian ini, peran manajerial mencakup pengetahuan dalam melakukan riset, menjalankan peran teknisi komunikasi, menjalankan peran *public information*, terlibat dalam manajemen strategi, melakukan negosiasi dan persuasi (Ajianto et al., 2018). Sedangkan pengetahuan komunikasi dua arah adalah peran mengenai bagaimana komunikasi ideal yang seharusnya dijalankan di organisasi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Humas Polda Jabar memiliki pengetahuan mengenai peran manajerial dan komunikasi. Humas Polda Jabar memiliki pengetahuan mengenai pentingnya untuk menjalankan riset. Hal ini dilihat dari pernyataan yang disampaikan oleh informan kunci yang menyatakan bahwa ia memang melakukan riset dimana riset ini berfungsi untuk menjadi acuan dari Humas dalam membuat informasi dan memberikan pendapat. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari informan pendukung. Menurut Grunig et al. (2002), riset yang dilakukan dapat memberikan masukan untuk strategi program komunikasi.

Peran manajerial selanjutnya yang harus dijalankan Humas di dalam organisasi adalah peran *public information* (Ajianto et al., 2018). Dari hasil wawancara dengan informan diketahui bahwa Humas Polda Jabar telah memiliki pengetahuan untuk menjalankan peran sebagai *public information*. Humas Polda Jabar menyampaikan segala informasi yang harus diketahui publik. Informasi yang disampaikan tidak hanya sekedar berita hukum, tapi juga terkait kinerja, laporan keuangan hingga kebijakan kepolisian. Humas menyampaikan informasi terbaru kepada publik secara jelas dan merata. Oleh karena itu adanya DeDe Humas Polda Jabar merupakan salah satu upaya dari Humas Polda Jabar untuk memberikan informasi kepada masyarakat hingga ke pelosok negeri.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa Humas Polda Jabar sudah cukup baik menjalankan perannya sebagai *public information*. Humas terbuka dalam menyampaikan informasi yang memang harus diketahui kepada publik. Dalam kerangka *Excellence Communication*, peran *public information* yang dijalankan Humas Polda Jabar sudah sesuai dengan konsep Grunig yaitu informasi yang disampaikan tidak hanya berkaitan dengan organisasi saja. Humas bertindak sebagai jurnalis organisasi yang menyampaikan semua informasi dan berita yang diketahui mengenai organisasi kepada publik.

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)
(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

Dalam menjalankan peran sebagai *public information*, Humas membutuhkan keahlian teknisi komunikasi. Hal ini dikarenakan keahlian teknisi komunikasi menentukan keberhasilan Humas dalam menyampaikan informasi kepada publik. Meskipun informasi yang akan disampaikan kepada publik sangat bagus, namun keahlian Humas sebagai teknisi komunikasi untuk menyampaikannya kepada publik buruk maka informasi tersebut akan menjadi menjadi biasa saja. Oleh karena itu, Grunig menyebutkan peran teknisi komunikasi sebagai peran manajerial yang harus dimiliki (Ajianto *et al.*, 2018).

Peran sebagai teknisi komunikasi sudah dijalankan dengan baik oleh Humas Polda Jabar. Dari hasil wawancara diketahui bahwa Humas Polda Jabar memiliki kemampuan teknis dalam berkomunikasi, dimana menurut Grunig kemampuan tersebut meliputi kemampuan menulis, publikasi, dan visual (desain). Kemampuan menulis adalah kemampuan dalam menyampaikan informasi dan menjalin komunikasi melalui tulisan. Kemampuan ini dimiliki Humas Polda Jabar melalui *press release* yang sering diterbitkan di media. Humas dapat menghasilkan *press release* yang sesuai dengan keinginan media dimana berbentuk berita jadi yang siap untuk dimuat. Selain itu kemampuan teknisi komunikasi yang dimiliki Humas Polda Jabar juga sesuai dengan peran Humas yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, & Broom, dimana Humas adalah *Communicator Technician* yang menuntut untuk Humas memiliki kompetensi keterampilan komunikasi dan jurnalistik. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan salah seorang informan yang menyatakan bahwa untuk melatih ilmu kejournalistikan mereka bahkan diadakan training atau pelatihan terkait komunikasi.

Peran manajerial selanjutnya adalah pengetahuan dalam melakukan negosiasi dan persuasi. Negosiasi dan persuasi merupakan hal yang sangat penting untuk digunakan dalam berkomunikasi dengan publik. Negosiasi terkait dengan bagaimana usaha Humas untuk membuat kesepakatan dengan publik dan membantu pimpinan untuk memahami opini dari publik tertentu. Sementara itu, persuasi terkait upaya untuk meyakinkan publik mengenai organisasi, dan membuat publik bersikap sesuai dengan keinginan organisasi.

Kemudian, peran yang sangat substansial untuk dimiliki oleh Humas sesuai dengan *Excellence Communication* adalah peran dalam melaksanakan manajemen strategi dan operasional yaitu Humas tidak hanya sebagai pelaksana

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)
(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

kebijakan atau keputusan tapi juga turut terlibat dalam pembuatan kebijakan atau keputusan tersebut. Peran ini telah dijalankan oleh Humas Polda Jabar. Informan menyatakan bahwa Humas Polda Jabar turut berkontribusi dalam pembuatan perencanaan strategis untuk komunikasi organisasi. Namun pelaksanaan peran ini berbeda dengan konsep Grunig yang mengharuskan Humas turut duduk satu meja bersama pihak manajemen senior dalam rapat pembuatan keputusan. Hal ini tidak bisa dijalankan di Humas Polda Jabar. Menurut informan, Humas memang dilibatkan dalam rapat dan perencanaan strategis, namun itu dalam lingkup departemen dan divisi.

Setelah menjalankan peran manajerial, dasar pengetahuan lain yang harus dimiliki Humas sesuai dengan *Excellence Communication* adalah pengetahuan untuk menerapkan komunikasi dua arah (Suharyanti *et al.*, 2012). Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan berpendapat bahwa Humas Polda Jabar memahami pentingnya menjalin komunikasi dua arah dengan publik. Pengetahuan tersebut diterapkan Humas Polda Jabar dalam berkomunikasi dengan publik. Selain menyampaikan informasi, Humas juga menampung aspirasi, opini, dan informasi dari publik. Humas Polda Jabar secara proaktif mencari informasi dari berbagai sumber dan menyerap masukan dari publik. Melalui informasi yang telah diperoleh, Humas dapat mengetahui isu yang sedang hangat dibicarakan publik dan membuat rencana strategi komunikasi yang terkait dengan isu tersebut agar lebih menarik perhatian publik.

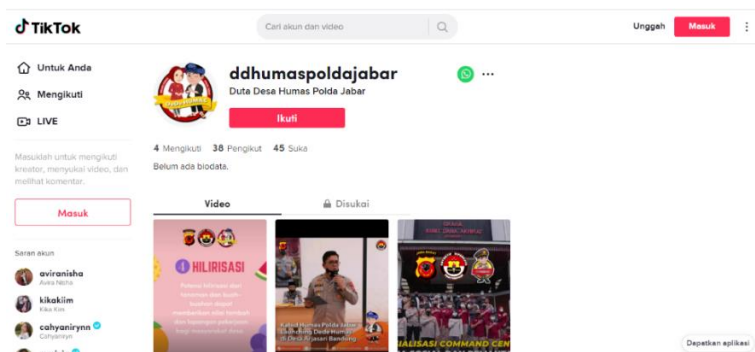
Dalam konsep *Excellence Communication*, komunikasi yang diterapkan di Polda Jabar sudah memenuhi komunikasi yang baik untuk organisasi yaitu komunikasi dua arah. Dikatakan sebagai komunikasi yang baik karena organisasi tidak berfokus menyampaikan informasi ke publik saja, tapi juga menerima kembali respon dan opini publik terkait dengan informasi yang telah disampaikan. Hal ini sesuai dengan Humas Polda Jabar yang menyampaikan informasi sekaligus menerima informasi dari publik.

Berdasarkan temuan data, diketahui bahwa sebisa mungkin organisasi melakukan komunikasi dua arah dengan publik. Komunikasi tersebut tidak hanya secara tatap muka tapi juga bisa melalui media, seperti surat pembaca dan komentar di *website* ataupun media sosial. Untuk surat pembaca, Humas selalu memberikan tanggapan terhadap surat pembaca yang ditujukan untuk Polda Jabar. Humas menghargai adanya masukan dan

kritik yang disampaikan publik melalui surat pembaca dan memberikan penjelasan. Begitu pula dengan komentar dan pertanyaan yang diajukan publik melalui *website* ataupun media sosial.



Gambar 2. Instagram DeDe Humas Polda Jabar
Sumber : Instagram

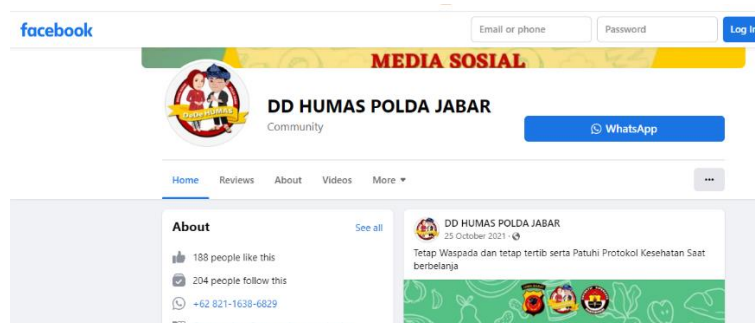


Gambar 3. Akun tiktok DeDe Humas Polda Jabar
Sumber : Tiktok.com



Gambar 4 Akun Twitter DeDe Humas Polda Jabar
Sumber : Twitter.com

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)
(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)



Gambar 5. Akun Facebook DeDe Humas Polda Jabar
Sumber: Facebook.com

Secara garis besar dari hasil penelitian, peneliti menginterpretasikan Humas Polda Jabar telah memenuhi bulatan inti *Excellence Communication* yaitu dasar pengetahuan (*Knowledge Core*). Humas memiliki pengetahuan mengenai peran manajerial dan komunikasi dua arah. Pengetahuan tersebut telah diterapkan Humas dalam menjalankan perannya. Humas Polda Jabar sudah menjalankan riset dengan baik Sementara itu untuk komunikasi dua arah, Humas Polda Jabar cenderung menggunakan komunikasi dua arah yang simetris. Hal ini dikarenakan Polda Jabar merupakan organisasi nonprofit dan berusaha untuk selalu meningkatkan citra organisasi. Humas akan selalu meyakinkan publik untuk mengikuti kebijakan kepolisian dan mendukung segala kebijakan yang dikeluarkan kepolisian. Sedangkan untuk persuasi, Humas Polda Jabar dapat menggunakan persuasi ketika berkomunikasi dengan pimpinan dan juga masyarakat. Humas dapat meyakinkan publik dan pimpinan untuk menyetujui suatu perencanaan program atau melaksanakan suatu program. Hal ini biasanya juga dipengaruhi oleh kondisi keterdesakan di dalam organisasi. Semakin mendesak kondisi di dalam organisasi, maka semakin besar kecenderungan persuasi akan dilakukan Humas kepada pimpinan.

Dari hasil wawancara, peneliti menginterpretasikan bahwa antara Humas dan pimpinan telah ada harapan bersama (*Shared Expectations*) yang sesuai dengan konsep *Excellence Communication*. Humas menyadari perannya dalam memberikan informasi dan masukan kepada pimpinan dan pimpinan juga menyadari pentingnya menerima informasi dan mempertimbangkan masukan yang disampaikan oleh Humas. Pimpinan memandang Humas sebagai pihak yang dekat dengan publik dan

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

mengerti komunikasi efektif yang dapat diciptakan antara kepolisian dan publik. Dalam beberapa implementasi kebijakan yang berkaitan dengan komunikasi, pimpinan Polda Jabar memberikan kepercayaan kepada Humas untuk mengerjakan. Bahkan pada saat-saat yang terdesak, Humas dapat merancang program komunikasi penanganan krisis yang dikomunikasikan kepada pimpinan untuk segera diimplementasikan. Terkait dengan pelaksanaan peran Humas di Polda Jabar, pimpinan juga memberikan dukungan penuh kepada Humas dalam menjalankan tugasnya. Humas menjalankan tugas yang diberikan pimpinan dengan baik.

Dari studi dokumentasi struktur organisasi perusahaan, dapat dilihat bahwa secara tidak langsung Humas telah berada di leher pimpinan. Hal ini dikarenakan *corporate secretary* selaku atasan Humas memiliki garis komando langsung dengan pimpinan yaitu jajaran direksi. Melihat posisi di dalam organisasi, posisi Humas sudah cukup strategis dan dapat berkomunikasi dengan pimpinan. Namun hal ini belum sejalan dengan posisi Humas yang ideal menurut Grunig. Grunig berpendapat bahwa posisi Humas di dalam struktur adalah di leher organisasi, dekat dengan pimpinan sehingga dapat berkomunikasi dengan pimpinan. Selanjutnya poin terakhir dari *Shared Expectations* yang dipenuhi oleh Humas Polda Jabar adalah pimpinan melibatkan Humas dalam pembuatan rencana strategis yang berkaitan dengan komunikasi perusahaan. Hal ini diakui oleh informan yang peneliti wawancara. Perencanaan strategis yang dibuat Humas lebih kepada implementasi dari kebijakan yang telah ditetapkan melalui rapat direksi. Humas tidak dilibatkan dalam pembuatan keputusan perusahaan dalam rapat dengan jajaran direksi. Namun, pimpinan memberikan keleluasaan kepada Humas untuk membuat rencana strategi komunikasi karena Humas dianggap mengerti komunikasi yang baik untuk perusahaan dan yang akan menjalankan program tersebut.

Sejauh ini, Humas Polda Jabar telah menjalankan poin harapan bersama (*Shared Expectation*) *Excellence Communication*. Dapat dikatakan bahwa terdapat harapan bersama antara pimpinan sebagai koalisi dominan dengan Humas mengenai peran Humas dan komunikasi dua arah. Pimpinan memahami peran Humas dan komunikasi dua arah di dalam organisasi. Pemahaman tersebut hampir sama dengan pemahaman yang dimiliki Humas.

Kualitas dari *Excellence Communication* sangat bergantung pada dasar pengetahuan yang dimiliki Humas dan harapan bersama antara pimpinan dengan Humas mengenai komunikasi dua arah. Kedua aspek ini bersandar pada bulatan terluar dari *Excellence Communication* yaitu budaya organisasi. Budaya organisasi dapat memberikan pengaruh terhadap penerapan *Excellence Communication*. Dari hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa Polda Jabar telah menerapkan budaya organisasi yang partisipatif. Menurut Grunig, budaya organisasi partisipatif merupakan budaya yang ideal untuk penerapan *Excellence Communication*, dimana terdapat kerjasama, keterlibatan karyawan untuk mengeluarkan pendapat dalam pembuatan keputusan atau kebijakan, pembuatan keputusan secara bersama-sama, kesetaraan, dan keterbukaan terhadap ide dari luar. Poin-poin yang dikemukakan Grunig ini telah ditemukan di dalam budaya organisasi di Humas Polda Jabar.

Anggota Humas Polda Jabar merasa menjadi bagian dari perusahaan. Semakin lama ia di organisasi, semakin besar ia merasa menjadi bagian dari organisasi. Sehingga akan semakin meningkat keinginan untuk kemajuan organisasi. Dalam mencapai tujuan, pengurus mengerjakan tugas secara tim. Budaya organisasi yang dijalankan Humas Polda Jabar saat ini sangat mendukung penerapan *Excellence Communication*. Budaya partisipatif yang dimiliki telah memenuhi indikator penilaian yang diajukan Grunig. Budaya organisasi yang ada di Polda Jabar adalah budaya organisasi yang luwes dan fleksibel.

Secara garis besar, dapat diringkas bahwa budaya organisasi partisipatif yang menjadi poin terakhir dari *Excellence Communication* telah dipenuhi oleh Humas Polda Jabar. Anggota merasa menjadi bagian organisasi dan dapat memberikan masukan kepada organisasi, namun hasil akhir masih tergantung kepada pimpinan. Pimpinan akan menerima dan mempertimbangkan masukan yang diberikan anggota. Budaya organisasi yang ada di Humas Polda Jabar dapat mendukung penerapan *Excellence Communication*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini diantaranya ialah Humas Polda Jabar telah menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik sebagai pemberi serta penerima informasi terutama dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat. Hal inipun sesuai dengan pendapat salah satu ahli komunikasi Universitas Pasundan. Unsur pertama dari *excellence*

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)

(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

communications yaitu *knowledge core* atau pengetahuan dasar. Pada *external public relations* “DeDe Humas Polda Jabar telah memenuhi unsur pertama. Dalam aspek pertama dari *excellence communications* yaitu manajerial komunikasi sudah cukup baik. Humas Polda Jabar memiliki pengetahuan mengenai pentingnya untuk melakukan riset dalam komunikasi, Pengetahuan untuk melakukan manajemen strategis dan operasional, pengetahuan mengenai pentingnya peran teknisi komunikasi dan juga komunikasi dua arah. Informasi apapun dari dalam sebelum disampaikan ke media massa atau masyarakat harus diketahui oleh humas, begitu juga sebaliknya. Arus informasi ini berjalan sesuai prosedur dan melalui satu pintu yaitu humas baik komunikasi kedalam maupun komunikasi keluar.

Sebagian besar komunikasi yang terjadi pada DeDe Humas Polda Jabar adalah komunikasi dua arah simetris terutama karena adanya pertukaran informasi antara humas dan masyarakat. Humas dan Masyarakat dapat bertindak sebagai komunikator. Dengan sistem komunikasi ini diharapkan dapat memberikan *feedback* dari kedua belah pihak. Aspek kedua dari *excellence communications* yaitu *shared expectations* atau harapan bersama dengan koalisi dominan yaitu pimpinan organisasi. Posisi humas pada struktur organisasi memang tidak menempati *top management*, ini dibuktikan dengan perlunya dilakukan riset serta memusyawarahkan dulu rencana kerja humas kepada atasan. Namun, humas tidak pernah mengalami hambatan berarti untuk mendapat persetujuan dari pimpinan dalam melaksanakan kegiatannya untuk menjalin relasi dengan masyarakat. Hal ini dikarenakan adanya harapan bersama antara pimpinan dengan perencanaan kegiatan humas terkait *external public relations*, dimana tujuan humas ialah untuk menjaga bahkan menaikkan citra kepolisian di mata masyarakat.

Komunikasi antara humas dan pimpinan terjalin dengan baik sehingga maksud dan tujuan dari perencanaan kegiatan humas juga tersampaikan dengan baik. Aspek ketiga dari *excellence communications* adalah *participative culture* atau budaya partisipasi. Aspek ketiga ini berkaitan dengan kerjasama dan keterbukaan dalam sebuah organisasi. Secara internal budaya komunikasi di DeDe Humas Polda Jabar sudah cukup baik dan mencerminkan budaya partisipasi. Meskipun organisasi kepolisian masih menganut sistem hirarki namun pada penerapannya Humas masih diberikan kesempatan untuk memberikan saran dan masukan demi kemajuan organisasi. Humas memiliki kesempatan untuk memberikan pendapatnya kepada pimpinan selama pendapatnya berdasarkan riset dan dapat dipertanggungjawabkan. Secara keseluruhan *aktivitas external public relations* humas Polda Bandung telah memenuhi tiga aspek dari *excellence communications*. Namun masih ada beberapa hal yang harus dievaluasi. Seperti perlunya transparansi serta persiapan dan untuk menunjang program kerja DeDe Humas ini. Saran yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya ialah Humas Polda Jabar

Strategi Komunikasi Humas Polda Jabar Dalam Menjalankan Aktivitas *External Public Relations* (Studi Deskriptif
Program Duta Desa Humas Polda Jawa Barat)
(Muhammad Adhi Santika, Charisma A. Fitrananda)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

sebaiknya melakukan analisis mendalam terkait Anggaran dana yang dibuthkan pada program DeDe Humas Polda Jabar ini. Pelatihan atau training mengenai komunikasi sebaiknya tidak hanya diberikan kepada anggota internal Humas Polda Jabar, melainkan juga kepada Duta Desa yang ditunjuk oleh humas polda Jabar untuk menjalankan program DeDe Humas Polda Jabar ini.

REFERENSI

- Ajianto, I. D. B., Kriyanto Rachmat, & Wulandari, M. P. (2018). Praktik “PR Excellent” Humas Pemerintah Daerah. *Sosial Politik Humaniora*, 6(1), 99–124. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/aristo@umpo.ac.id>
- Grunig, J. E., Grunier, L. A., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations, A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Herlina, S. (2015). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBENTUK CITRA PEMERINTAHAN DI KOTA MALANG. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id
- Oedi, R. F., Erawan, E., & Dwivayani. (2020). Strategi Humas Polisi Resort Kota Samarinda dalam Menangani Berita Hoax yang Beredar di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13–27.
- Panuju, R. (2018). *PENGANTAR STUDI (ILMU) KOMUNIKASI Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Rachmadi, F. (2012). *Public Relations dalam Teori dan Praktik*. Gramedia.
- Salim, & Syahrums. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Haidir, Ed.). Citapustaka Media.
- Santi Hastuti, M. (2014). Pengukuran Kualitas Hubungan dalam Excellence Public Relations antara Penyuka Facebook “Info Listrik Jatim” dengan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur. *E-Komunikasi*, 2(2).
- Suharyanti, Widiastuti, T., & Kania, D. (2012). Reformasi Birokrasi Pemerintah dan Penerapan Excellence Theory. *Ilmu Komunikasi*, 10(1), 53–68. <http://www.jurnas>.