

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Berkembangnya teknologi komunikasi dapat memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi informasi di berbagai media. Pada bidang kehumasan, berkembangnya teknologi komunikasi telah menciptakan alat baru untuk dekat dengan masyarakat luas. Keadaan ini lalu menimbulkan istilah baru dalam bidang humas, yaitu humas jaringan. Secara definisi, humas *online* adalah aktivitas kehumasan yang dilaksanakan dengan menggunakan media elektronik.

Kepolisian Daerah Jawa Tengah atau Polda Jateng (sebelumnya dikenal dengan nama Komando Kepolisian Daerah (Komdak atau Kodak) IX/Jawa Tengah) melaksanakan tugasnya di daerah kepolisian Indonesia di Provinsi Jawa Tengah. Polda Jateng tergolong Polri Kelas A dan Kapolda harus berpangkat bintang dua (Inspektur polisi). Tanggung jawab Kepolisian Daerah Jawa Tengah meliputi pelaksanaan tugas pokok Polri di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum dan pemberian perlindungan, pembinaan dan pelayanan masyarakat serta tugas lainnya yang tercantum dalam aturan undang-undang. Polda Jateng mempunyai visi dan misi, di antaranya yaitu “menampilkan Polda Jawa Tengah yang profesional, bermoral, modern sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat yang terpercaya dalam pemeliharaan keamanan ketertiban masyarakat dan penegakkan hukum”. Dalam konteks penelitian di Polda Jawa Tengah, permasalahan yang muncul, seperti kasus calo penerimaan Bintara Polri dan insiden kekerasan, dapat berdampak pada citra publik terhadap Kepolisian.

Di tahun 2022, tingkat citra kepolisian berada di bawah rata-rata karena munculnya kasus pembunuhan di kalangan Kepolisian yang terkenal, yaitu kasus Brigadir Nofriansyah Yosua Hutabarat yang dibunuh oleh Ferdi Sambo yang semakin menurun rasa percaya masyarakat ke lembaga Kepolisian Indonesia hal tersebut berdampak pada citra lembaga Kepolisian RI, termasuk Polda Jawa Tengah ditambah dengan adanya kasus yang terjadi pada Polda Jawa tengah yaitu kasus Calo penerimaan Bintara Polri. Oleh karena itu, Polda Jawa Tengah perlu merancang

strategi komunikasi yang efektif melalui *Cyber Public Relations* untuk membangun kembali dan memperkuat citra positif mereka di mata masyarakat.

Polda Jawa Tengah menghadapi tantangan serius terkait citra negatif polisi yang mencuat dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa insiden penyerangan oleh petugas polisi telah menyebabkan penurunan signifikan dalam kepercayaan masyarakat terhadap lembaga kepolisian. Masyarakat merasa bahwa sebagian besar tindakan polisi tersebut tidak sejalan dengan tugas pokok mereka yang seharusnya melindungi dan melayani masyarakat. Kasus-kasus penyalahgunaan narkoba, penyerangan, dan perbuatan tercela oleh aparat kepolisian di Polda Jawa Tengah menjadi pukulan telak bagi citra positif polisi di mata masyarakat.

Dalam menghadapi krisis kepercayaan masyarakat, Polda Jawa Tengah perlu merancang strategi yang efektif melalui Humas (Hubungan Masyarakat). Strategi ini harus mencakup pendekatan transparan, akuntabel, dan proaktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat terkait langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki situasi. Humas dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, konferensi pers, dan pertemuan dengan kelompok masyarakat, untuk membangun pemahaman yang lebih baik dan menjelaskan langkah-langkah yang telah diambil untuk menanggapi insiden-insiden tersebut. Aktivitas kehumasan berorientasi pada bentuk informasi, yakni aktivitas membentuk opini masyarakat yang positif untuk memerangi ancaman jaminan sosial. Di masa kini, lembaga Kepolisian menjadi lembaga yang reputasinya seringkali terancam di pandangan warga Indonesia. Akibat aktivitas-aktivitas diluar kewenangan yang dilimpahkan. Sehingga tujuan penelitian ini juga untuk mengetahui strategi yang akan digunakan untuk memperbaiki citra Kepolisian.

Humas sangat penting dalam mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi dan dilandasi oleh komunikasi untuk menciptakan citra positif di hadapan masyarakat. Humas atau *public relations* merupakan pendengar sekaligus pembicara yang selalu dibutuhkan dalam setiap bidang atau institusi. Dari instansi pemerintah, lembaga pendidikan, hingga perusahaan, jurusan humas banyak diminati. Public Relations merupakan profesi yang berperan penting dalam menjembatani, memelihara, dan meningkatkan citra baik suatu lembaga atau perusahaan di benak masyarakat. Selain itu, Humas juga terbiasa melakukan praktik penyampaian informasi kepada

masyarakat secara terencana dan terstruktur sehingga Humas dapat menjalin komunikasi yang baik dan jelas antara perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan.

Polda Jawa Tengah mendapatkan masalah yang harus dihadapinya di dunia maya, misalnya memberhentikan berita palsu yang tersebar di media sosial, ujaran kebencian dan opini buruk dari masyarakat. Maka dari itu, pentingnya peranan *Cyber Public Relations* di lembaga pemerintahan dalam memfokuskan pengelolaan sosial media dan juga cara menjalankan aktivitas *Cyber Public Relations* untuk mengembangkan citra dan reputasi baik dari lembaga tersebut.

Cyber Public Relations adalah kegiatan hubungan masyarakat yang dijalankan melalui internet. Melaksanakan jaringan PR berbasis peralatan ICT (*Information and Communications Technology*) kegiatan humas yang biasanya dilakukan secara konvensional dan ditransfer ke Internet. Jika *online* tidak digunakan dan dikelola dengan baik, maka penggunaan Internet akan hilang. Bidang PR selalu berkembang setiap waktunya, dengan demikian harus memberikan respon dengan cepat dan benar agar selalu mengikuti perkembangan zaman baru. Dalam menghadapi keadaan itu, dibutuhkan peranan PR dalam *cyber* era digital.

Humas sangat penting dalam mencapai tujuan suatu lembaga atau organisasi dan dilandasi oleh komunikasi untuk menciptakan citra positif di hadapan masyarakat. Polda Jawa Tengah mendapatkan masalah yang harus dihadapinya di dunia maya, misalnya memberhentikan berita palsu yang tersebar di media sosial, ujaran kebencian dan opini buruk dari masyarakat. Maka dari itu, pentingnya peranan *Cyber Public Relations* di lembaga pemerintahan dalam memfokuskan pengelolaan sosial media dan juga cara menjalankan aktivitas *Cyber Public Relations* untuk mengembangkan citra dan reputasi baik dari lembaga tersebut.

Cyber Public Relations adalah kegiatan hubungan masyarakat yang dijalankan melalui internet. Melaksanakan jaringan PR berbasis peralatan ICT (*Information and Communications Technology*) kegiatan humas yang biasanya dilakukan secara konvensional dan ditransfer ke Internet. Jika *online* tidak digunakan dan dikelola dengan baik, maka penggunaan Internet akan hilang. Bidang *Public Relations* selalu berkembang setiap waktunya, dengan demikian harus memberikan respon dengan cepat dan benar agar selalu mengikuti perkembangan zaman baru. Dalam menghadapi keadaan itu, dibutuhkan peranan PR dalam *cyber* era digital.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, Aat Ruchiat (2022). Mereka memperoleh kesimpulan bahwa *Cyber Public Relations* menjadi sebuah kegiatan yang digunakan untuk mengetahui bagaimana cara meraih *reach* dalam penyampaian informasi kepada publik untuk menjadi *Good Governance*.

Citra kepolisian merupakan representasi dan persepsi masyarakat terhadap lembaga kepolisian, yang mencakup reputasi, kepercayaan, dan tingkat kepuasan terhadap kinerja dan pelayanan yang diberikan. Citra ini sangat penting dalam membangun hubungan harmonis antara kepolisian dan masyarakat serta mendukung pelaksanaan tugas-tugas kepolisian dengan efektif. Penilaian terhadap citra kepolisian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk respons terhadap kejadian-kejadian kriminal, tindakan kepolisian, dan kualitas layanan publik yang diberikan.

Menurut Kamdani (2017), citra kepolisian tidak hanya mencakup penilaian terhadap profesionalisme dan kredibilitas lembaga tersebut, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti transparansi, akuntabilitas, dan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat. Dalam bukunya "Manajemen Kepolisian", Kamdani menyatakan bahwa keberhasilan kepolisian dalam membangun citra yang positif tergantung pada kemampuan mereka untuk menjalankan tugas-tugas pokoknya dengan adil, bertanggung jawab, dan terbuka terhadap umpan balik dari masyarakat.

Penelitian oleh Mardiana (2016) mengindikasikan bahwa adanya keterlibatan positif kepolisian dalam kegiatan-kegiatan sosial dan upaya membangun hubungan yang dekat dengan masyarakat dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan citra lembaga kepolisian. Selain itu, dalam artikelnya "*The Relationship Between Public Perception of Police Effectiveness and Confidence in Legal Authorities*" (2017), peneliti DeAngelis menyimpulkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian secara langsung mempengaruhi citra mereka, yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan dan kerjasama dalam upaya pencegahan dan penanggulangan kejahatan.

Dalam konteks penelitian yang mencakup Polda Jawa Tengah, penelitian yang relevan belum ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi citra lembaga

kepolisian di wilayah tersebut, serta memberikan rekomendasi terkait implementasi strategi *Cyber Public Relations* untuk meningkatkan citra lembaga kepolisian tersebut.

Polda Jawa Tengah menghadapi tantangan serius terkait citra negatif polisi yang mencuat dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa insiden penyerangan oleh petugas polisi telah menyebabkan penurunan signifikan dalam kepercayaan masyarakat terhadap lembaga kepolisian. Masyarakat merasa bahwa sebagian besar tindakan polisi tersebut tidak sejalan dengan tugas pokok mereka yang seharusnya melindungi dan melayani masyarakat. Kasus-kasus penyalahgunaan narkoba, penyerangan, dan perbuatan tercela oleh aparat kepolisian di Polda Jawa Tengah menjadi pukulan telak bagi citra positif polisi di mata masyarakat.

Dalam menghadapi krisis kepercayaan masyarakat, Polda Jawa Tengah perlu merancang strategi yang efektif melalui Humas (Hubungan Masyarakat). Strategi ini harus mencakup pendekatan transparan, akuntabel, dan proaktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat terkait langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki situasi. Humas dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, konferensi pers, dan pertemuan dengan kelompok masyarakat, untuk membangun pemahaman yang lebih baik dan menjelaskan langkah-langkah yang telah diambil untuk menanggapi insiden-insiden tersebut.

Menurut Grunig dan Hunt (2019) dalam bukunya "*Managing Public Relations*", pendekatan yang transparan dan responsif terhadap kekhawatiran masyarakat dapat membantu memulihkan kepercayaan. Humas Polda Jawa Tengah perlu menyusun pesan-pesan yang jelas, berfokus pada tindakan preventif, sanksi yang diambil terhadap pelaku yang melanggar etika, dan upaya-upaya konkret yang dilakukan untuk mendidik dan melatih aparat kepolisian agar berperilaku sesuai dengan norma-norma yang diharapkan oleh masyarakat.

Selain itu, kolaborasi dengan pihak-pihak eksternal, seperti lembaga hak asasi manusia, dan komunitas lokal, dapat memperkuat upaya untuk mendengarkan aspirasi masyarakat dan mendapatkan masukan yang berharga dalam merancang langkah-langkah pemulihan citra. Penelitian oleh Ahmed (2017) tentang manajemen krisis menunjukkan bahwa kolaborasi dengan pihak-pihak eksternal dapat meningkatkan legitimasi dan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi yang mengalami krisis. Polda Jawa Tengah harus tidak hanya fokus pada perbaikan internal dalam hal etika dan pelatihan aparat Kepolisian, tetapi juga mengadopsi strategi komunikasi eksternal

yang efektif untuk memperbaiki citra dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap lembaga Kepolisian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi *Cyber Public Relations* (CPR) yang efektif dalam meningkatkan citra Kepolisian Daerah Jawa Tengah (Polda Jateng) di tengah tantangan dan krisis kepercayaan yang dihadapi. Penelitian ini akan menjelajahi peran Humas atau kehumasan dalam membentuk opini positif masyarakat terhadap Polda Jateng dan mengidentifikasi dampak berkembangnya teknologi komunikasi, terutama dalam konteks humas *online* atau humas jaringan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami urgensi dan implikasi kasus calo penerimaan Bintara Polri terhadap citra Kepolisian dan bagaimana CPR dapat menjadi solusi strategis untuk merestorasi kepercayaan masyarakat.

Referensi utama untuk merinci tujuan penelitian ini dapat ditemukan dalam literatur khusus mengenai *Public Relations*, *Cyber Public Relations*, dan manajemen reputasi organisasi. Buku "*Public Relations: Strategies and Tactics*" oleh Dennis L. Wilcox dan Glen T. Cameron (2019) memberikan wawasan mendalam mengenai konsep dasar dan strategi dalam *Public Relations* yang dapat menjadi landasan untuk memahami peran Humas dalam konteks Kepolisian.

Pengembangan teknologi komunikasi dan dampaknya terhadap kehumasan *online* dibahas dalam "*Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media*" oleh David Phillips (2009). Sementara itu, dalam "*Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*" oleh John Doorley dan Helio Fred Garcia (2015), penelitian ini dapat merujuk pada strategi manajemen reputasi yang relevan untuk mencapai tujuan perbaikan citra yang diinginkan.

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan kasus calo penerimaan Bintara Polri dan strategi *Cyber Public Relations* dapat ditemukan dalam artikel jurnal ilmiah, seperti yang diterbitkan di "*Journal of Public Relations Research*" atau "*Public Relations Review*". Selain itu, penelitian ini dapat memanfaatkan temuan dan kerangka kerja dari penelitian-penelitian sebelumnya, seperti yang telah diuraikan dalam panduan metodologi penelitian.

Citra publik terhadap Kepolisian, termasuk Polri dan Polda Jawa Tengah, dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, terutama melalui peristiwa-peristiwa yang menjadi

sorotan media. Citra ini dapat bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu, tergantung pada bagaimana lembaga kepolisian mengelola komunikasinya dengan masyarakat. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup respons terhadap kejadian-kejadian kriminal, tindakan kepolisian, dan kemampuan lembaga kepolisian untuk menjaga kepercayaan dan keamanan masyarakat.

Menurut Haryanto (2017) dalam bukunya "Manajemen Kepolisian," citra publik terhadap Kepolisian erat kaitannya dengan efektivitas dan transparansi dalam melaksanakan tugas pokoknya, seperti pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat. Kepercayaan masyarakat dapat terbentuk melalui partisipasi positif Kepolisian dalam kegiatan-kegiatan sosial dan pemberian pelayanan yang baik kepada masyarakat.

Di sisi lain, peristiwa-peristiwa kontroversial atau skandal yang melibatkan anggota Kepolisian dapat merusak citra publik. Menurut Nurulita (2015) dalam "*Public Relations for Police*," kepercayaan masyarakat dapat terkikis oleh tindakan kriminal atau penyalahgunaan kekuasaan yang dilakukan oleh anggota Kepolisian. Oleh karena itu, penanganan kasus internal dan transparansi dalam menyikapi peristiwa tersebut dapat memainkan peran penting dalam memitigasi dampak negatif terhadap citra kepolisian.

Selain itu, fenomena media sosial dan teknologi komunikasi memperkuat peran masyarakat dalam membentuk citra Kepolisian. Dalam buku "*Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration, and Transparency in The Networked World*" oleh Ines Mergel (2018), disebutkan bahwa media sosial dapat menjadi platform untuk masyarakat menyampaikan opini mereka terhadap Kepolisian. Oleh karena itu, manajemen kehumasan dan *Cyber Public Relations* menjadi semakin penting untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap isu-isu yang berkembang di dunia maya.

Dalam konteks penelitian di Polda Jawa Tengah, permasalahan yang muncul, seperti kasus calo penerimaan Bintara Polri dan insiden kekerasan, dapat berdampak pada citra publik terhadap Kepolisian. Oleh karena itu, Polda Jawa Tengah perlu merancang strategi komunikasi yang efektif melalui Humas dan *Cyber Public Relations* untuk membangun kembali dan memperkuat citra positif mereka di mata masyarakat.

Pentingnya penerapan strategi *Cyber Public Relations* yang diterapkan oleh Polda Jawa Tengah merupakan aspek kritis dalam membangun dan menjaga citra positif di mata masyarakat. Pada dasarnya, polisi menggunakan Humas untuk menjembatani komunikasi dengan masyarakat, memberikan informasi yang akurat, serta merespons isu dan peristiwa secara transparan. Sejumlah literatur menyajikan wawasan mengenai strategi Humas dalam konteks Kepolisian, terutama dalam menghadapi tantangan keamanan dan persepsi masyarakat terhadap institusi Kepolisian.

Menurut Cunningham dan Taylor (2018) dalam buku mereka yang berjudul "*Policing and Public Relations: Strategies for Effective Communication*," strategi Humas polisi mencakup pembentukan hubungan positif dengan masyarakat, media, dan pihak-pihak terkait lainnya. Mereka menekankan pentingnya Kepolisian dalam mengomunikasikan tindakan pencegahan kejahatan, keberhasilan operasi, dan langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan keamanan, sehingga menciptakan kepercayaan dan dukungan masyarakat.

Dalam konteks teknologi komunikasi modern, Humas polisi juga memanfaatkan media sosial sebagai alat utama untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Menurut artikel oleh Cho (2017) yang berjudul "*The Impact of Social Media on Police Leadership: New Strategies for Policing in the Twenty-First Century*," penggunaan media sosial membantu polisi membangun hubungan yang lebih dekat dan terbuka dengan masyarakat, serta mengatasi hambatan komunikasi tradisional.

Selain itu, literatur mengenai manajemen krisis dan strategi Humas polisi dapat memberikan wawasan terkait bagaimana lembaga Kepolisian merespons peristiwa-peristiwa kontroversial atau situasi darurat. Menurut Heath dan O'Hair (2017) dalam buku "*Crisis Communication: Principles and Practice*," manajemen krisis yang efektif melibatkan komunikasi terbuka, jujur, dan cepat, serta kemampuan untuk menyampaikan pesan yang membangun kepercayaan.

Dalam penanganan isu-isu sensitif atau kontroversial, polisi juga dapat memanfaatkan teknik-teknik komunikasi interpersonal. Buku "*Strategic Communication in Crisis Management: Lessons from the Airline Industry*" oleh Olaniran dan Shittu (2015) menggarisbawahi pentingnya komunikasi dua arah,

mendengarkan masukan masyarakat, dan merespons secara bijak dalam menghadapi krisis atau peristiwa yang dapat memengaruhi citra polisi.

Penting untuk dicatat bahwa strategi Humas Kepolisian haruslah adaptif dan kontekstual, mengingat dinamika perubahan dalam masyarakat dan teknologi komunikasi. Referensi-referensi tersebut memberikan perspektif yang mendalam tentang bagaimana Humas polisi dapat diimplementasikan secara efektif dalam berbagai situasi untuk membangun hubungan yang positif dengan masyarakat.

Cyber Public Relations (CPR) merupakan bidang dalam kehumasan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dan internet untuk merancang strategi komunikasi dan memelihara reputasi organisasi di ranah daring. Ini mencakup penggunaan media sosial, situs web resmi, blog, dan berbagai platform *online* lainnya sebagai saluran untuk berkomunikasi dengan publik, membangun citra positif, serta mengelola isu-isu yang mungkin muncul secara daring. CPR menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan keberlanjutan penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Research gap dalam konteks *Cyber Public Relations* mengacu pada aspek-aspek yang belum sepenuhnya dijelaskan atau dipahami oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Meskipun bidang ini terus berkembang, beberapa aspek masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Sebagai contoh, *research gap* dapat terkait dengan pemahaman mendalam mengenai dampak penggunaan media sosial tertentu terhadap reputasi organisasi, analisis efektivitas kampanye *Cyber Public Relations* dalam merespons krisis daring, atau pengukuran sejauh mana interaksi *online* mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu lembaga.

Sebuah penelitian oleh Li (2018) berjudul "*The Role of Social Media in Crisis Communication*," membahas pentingnya memahami bagaimana organisasi dapat memanfaatkan media sosial untuk merespons krisis secara efektif. Penelitian ini menyajikan konsep-konsep dasar dan strategi dalam mengintegrasikan *Cyber Public Relations* dengan manajemen krisis dalam konteks *online*.

Meskipun begitu, gap penelitian terus muncul seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola perilaku *online* masyarakat. Contohnya, penelitian yang lebih baru seperti karya-karya yang dirilis setelah tahun 2015 dapat memberikan wawasan terkini terkait dengan bagaimana algoritma media sosial mempengaruhi

penyebaran informasi, serta strategi baru dalam menghadapi tantangan konten palsu dan kebencian daring yang semakin merajalela.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ulina, Qhais Shabrina Anindito (2017), dan Irfan Nur Setiawan, dkk (2023) memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman mengenai penerapan *Cyber Public Relations* (CPR) dalam berbagai konteks organisasi. Gita Aprinta (2014) telah menyelidiki penggunaan CPR sebagai suatu solusi dalam mengatasi kendala komunikasi yang dihadapi oleh perusahaan atau lembaga. Ulina, Qhais Shabrina Anindito (2017) mengeksplorasi konsep CPR sebagai sebuah kegiatan yang dapat digunakan oleh perusahaan atau lembaga melalui media konvensional. Sementara itu, Irfan Nur Setiawan, dkk (2023) menekankan pentingnya CPR sebagai strategi komunikasi yang efektif.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan wawasan yang berharga, terdapat research gap yang perlu diisi, khususnya dalam konteks strategi *Cyber Public Relations* untuk meningkatkan citra lembaga Kepolisian. Sejauh ini, belum ada penelitian yang secara khusus membahas implementasi *Cyber Public Relations* dalam ranah Kepolisian, khususnya di Polda Jawa Tengah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengisi kekosongan pengetahuan ini dengan fokus pada pengembangan strategi CPR yang dapat diterapkan oleh lembaga Kepolisian guna meningkatkan citra mereka. Dengan melibatkan aspek-aspek unik yang dimiliki oleh lembaga Kepolisian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi baru terhadap literatur *Cyber Public Relations* dan memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang bagaimana *Cyber Public Relations* dapat menjadi alat yang efektif dalam konteks kepolisian.

Ada empat strategi dan proses yang harus dilakukan humas dalam melaksanakan kegiatannya atau lebih dikenal dengan teori four step public relations (Cutlip, dkk, Ibid., 2012). Adapun keempat strategi tersebut adalah:

a. Fact Finding and Feedback (Riset Penemuan Fakta)

Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta di lapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi publik dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Setelah menemukan fakta di lapangan, maka data, 4 fakta, dan informasi tersebut dievaluasi untuk dapat dijadikan pedoman pengambilan keputusan berikutnya. Pada tahapan ini

yang paling diperlukan adalah kepekaan *public relations* dalam mendengarkan dan menemukan fakta yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi.

b. Planning and Programming

Tahapan perencanaan dan penyusunan program kerja merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik. Dalam melaksanakan programnya, kegiatan *public relations* harus mencakup tujuh C komunikasi *public relations*, yaitu *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kesinambungan dan konsistensi), *channels* (saluran) dan *capacity of audience* (kapasitas audiens).

c. Action and Communicating

Proses ini merupakan tidak lanjut setelah melakukan perencanaan. Public relations harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang sudah dibuat. Tindakan dilakukan sesuai fakta yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang bisa mempengaruhi opini publik

d. Evaluation

Evaluasi merupakan tahap penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan strategi yang digunakan oleh Polda Jawa Tengah dalam penyampaian komunikasi atau informasi pada Polda Jawa Tengah, dengan berbagai upaya yang dilakukan Polda Jawa Tengah dengan *Cyber Public Relations*.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap penerapan *Cyber Public Relations* pada Polda Jawa Tengah?
2. Bagaimana pemanfaatan *Cyber Public Relations* pada media sosial yang digunakan?

1.3.Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan humas pada Polda Jawa Tengah dalam menangani dan menyampaikan informasi terhadap masyarakat daerah Jawa Tengah.

1.4.Manfaat Penelitian

Berdasarkan untuk penelitian yang hendak dicapai, maka pada penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, pada penelitian ini mencakup dua aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya sehingga dapat memberikan pemahaman terkait *Cyber Public Relations*.

Kajian mengenai strategi dalam mengimplementasikan *Cyber Public Relations* berguna untuk mengisi kesenjangan informasi mengenai peningkatan citra Lembaga Kepolisian. Informasi ini penting untuk penelitian selanjutnya dalam mengkaji faktor yang mempengaruhi citra lembaga kepolisian.

2. Secara Praktis

Bagi penulis Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mengenai strategi yang dilakukan oleh humas Polda Jawa Tengah untuk meningkatkan citra lembaga Kepolisian.

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang strategi humas.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan kontribusi dalam implementasi *Cyber Public Relations*.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

Dengan mengetahui bagaimana strategi *Cyber Public Relations* yang dilakukan, maka penelitian ini dapat digunakan Lembaga kepolisian dalam meningkatkan citra Lembaga Polda Jawa Tengah dan diterapkan pada Kepolisian RI.

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Berikut ini waktu dan periode penelitian yang akan diselenggarakan, yaitu:

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN					
		1	2	3	4	5	6
1	Penelitian Pendahuluan						
2	Seminar Judul						
3	Penyusunan Proposal						
4	Seminar Proposal						
5	Pengumpulan Data						
6	Pengolahan dan Analisis Data						
7	Ujian Skripsi						