

MODUL

KEHUMASAN OPERASIONAL DAN PENGELOLAAN CITRA PELAYANAN POLRI



10 JP (450 Menit)




PENDAHULUAN


Di era keterbukaan informasi dan perkembangan teknologi digital yang sangat cepat, citra Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) tidak lagi ditentukan semata-mata oleh keberhasilan penegakan hukum di lapangan, tetapi juga oleh *persepsi* masyarakat yang terbentuk melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, berita daring, dan interaksi langsung petugas dengan publik. Kehumasan operasional menjadi ujung tombak dalam membangun, menjaga, dan memperbaiki citra institusi Polri di mata masyarakat. Bagi perwira menengah Polri yang sedang mengikuti pendidikan Sespimma, pemahaman mendalam terhadap strategi kehumasan yang proaktif, responsif, dan berbasis nilai-nilai Tribrata serta Catur Prasetya merupakan keniscayaan untuk menghadapi tantangan kontemporer.

Kehumasan operasional tidak lagi dapat dipandang sebagai sekadar tugas tambahan Bagian Humas, melainkan telah menjadi tanggung jawab bersama seluruh jajaran, mulai dari tingkat Polsek hingga Mabes Polri. Setiap tindakan operasional di lapangan, setiap ucapan petugas, bahkan seragam dan sikap seorang anggota ketika bertugas, secara langsung maupun tidak langsung membentuk citra pelayanan Polri. Oleh karena itu, kemampuan mengelola pesan, merespons krisis komunikasi, membangun narasi positif, serta memanfaatkan platform digital secara cerdas dan bertanggung jawab menjadi kompetensi inti yang harus dimiliki oleh para pimpinan Polri di semua tingkatan.


Mata pelajaran Kehumasan Operasional dan Pengelolaan Citra Pelayanan Polri ini dirancang khusus untuk membekali peserta didik Sespimma Polri dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kepemimpinan yang diperlukan dalam mengelola komunikasi publik secara strategis. Melalui pendekatan teori yang terkini dan praktik terbaik (*best practices*) nasional maupun internasional, peserta didik akan dilatih untuk mampu merancang strategi kehumasan operasional, menangani isu-isu sensitif, membangun kepercayaan publik, serta memastikan bahwa setiap langkah operasional Polri senantiasa sejalan dengan visi Polri yang presisi: Prediktif, Responsibilis, dan Transparan


	Berkeadilan. Dengan demikian, lulusan Sespimma diharapkan menjadi agen perubahan yang mampu membawa citra dan pelayanan Polri ke tingkat yang lebih profesional, humanis, dan dicintai masyarakat.
--	--


	STANDAR KOMPETENSI
	Merencanakan dan melaksanakan kehumasan operasional dan pengelolaan citra pelayanan Polri di tingkat operasional.

	KOMPETENSI DASAR
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami fungsi dan peran Humas sebagai jembatan komunikasi publik antara unit kepolisian. <ul style="list-style-type: none"> Indikator hasil belajar: <ol style="list-style-type: none"> a. Mengidentifikasi konsep humas dalam kepolisian. b. Menganalisis kedudukan, fungsi dan peran strategis humas dalam struktur organisasi kepolisian. c. Menerapkan regulasi dan etika komunikasi lapangan. 2. Mengelola Hubungan Media dan Pemberian Keterangan <i>Pers</i>. <ul style="list-style-type: none"> Indikator hasil belajar: <ol style="list-style-type: none"> a. Mengidentifikasi Media <i>Stakeholder</i> Kunci di wilayah kerja. b. Menerapkan Keterangan <i>Pers</i> (<i>Press Conference</i>) atau <i>Media Gathering</i> yang efektif dan terstruktur. c. Menganalisis Teknik Pemberian Keterangan <i>Pers</i> yang Efektif 3. Menerapkan manajemen isu lokal dan citra pelayanan. <ul style="list-style-type: none"> Indikator Hasil Belajar: <ol style="list-style-type: none"> a. Menganalisis Isu-isu Publik yang berpotensi menjadi krisis. b. Menerapkan Kampanye Humas Proaktif. c. Menerapkan Cerita Humanis (<i>Human Interest Stories</i>). 4. Menerapkan Pengelolaan media sosial satuan kerja dan pribadi. <ul style="list-style-type: none"> Indikator Hasil Belajar: <ol style="list-style-type: none"> a. Mengelola media sosial satuan kerja (<i>Official Account</i>).


	<ul style="list-style-type: none"> b. Menerapkan media sosial pribadi (personel kepolisian). c. Menganalisis sinergi media sosial satuan kerja dan pribadi.
--	---

	<p>MATERI PELAJARAN</p>
	<p>1. Pokok Bahasan 1: Fungsi dan peran Humas sebagai jembatan komunikasi publik antara unit kepolisian. Sub Pokok Bahasan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Konsep Humas dalam Kepolisian. b. Kedudukan, fungsi dan peran strategis Humas dalam struktur organisasi Kepolisian. c. Regulasi dan Etika Komunikasi Lapangan. <p>2. Pokok Bahasan 2: Hubungan Media dan Pemberian Keterangan <i>Pers</i> Sub Pokok Bahasan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Media <i>Stakeholder</i> Kunci di wilayah kerja. b. Keterangan <i>Pers</i> (<i>Press Conference</i>) atau <i>Media Gathering</i> yang efektif dan terstruktur. c. Teknik Pemberian Keterangan <i>Pers</i> yang Efektif <p>3. Pokok Bahasan 3: Manajemen isu lokal dan citra pelayanan. Sub Pokok Bahasan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Isu-isu Publik yang berpotensi menjadi krisis. b. Kampanye Humas Proaktif. c. Cerita Humanis (<i>Human Interest Stories</i>). <p>4. Pokok Bahasan 4: Pengelolaan media sosial satuan kerja dan pribadi. Sub Pokok Bahasan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Media Sosial Satuan Kerja (<i>Official Account</i>) b. Media Sosial Pribadi (Personel Kepolisian) c. Sinergi Media Sosial Satuan Kerja dan Pribadi.


	METODE PEMBELAJARAN
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode Ceramah Metode ini digunakan untuk menjelaskan materi tentang kehumasan operasional dan pengelolaan citra pelayanan Polri. 2. Metode <i>Brainstroming</i> (curah pendapat) Metode ini digunakan untuk menggali pendapat/pemahaman peserta tentang materi yang disampaikan. 3. Pembelajaran Kooperatif (<i>Cooperative Learning</i>) Metode ini digunakan untuk mendorong interaksi sosial, saling ketergantungan positif, dan pengembangan keterampilan sosial serta kognitif melalui kerja sama dalam kelompok. 4. Metode <i>Problem Based Learning</i> Metode ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam memecahkan masalah dengan pendekatan pembelajaran yang menekankan pada pemecahan masalah sebagai cara untuk mengembangkan pemahaman konsep dan keterampilan kritis. 5. Metode <i>Project Based Learning</i> Metode ini bertujuan untuk mengembangkan proyek yang signifikan, yang menekankan pada pemecahan masalah, kolaborasi, dan keterampilan praktis. 6. Metode Penugasan Metode ini bertujuan untuk menugaskan peserta didik untuk membuat resume terkait materi yang disampaikan.


	ALAT/MEDIA, BAHAN DAN SUMBER BELAJAR
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alat/Media: <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Whiteboard.</i> b. <i>Flipchart.</i> c. Komputer/laptop. d. LCD dan <i>screen.</i> e. <i>Laser point.</i> f. Pengeras suara/<i>sound system.</i>


	<p>2. Bahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kertas. b. Alat tulis. <p>3. Sumber Belajar</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Wilcox, D. et al. (2024). "Crisis Communication in Law Enforcement: The Impact of Structured <i>Press Conferences</i>". <i>Policing: An International Journal</i>, Vol. 47 No. 5.
--	---

	<h2>KEGIATAN PEMBELAJARAN</h2>
	<p>1. Tahap awal : 10 menit</p> <p>Pendidik melakukan apersepsi, yang mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Membuka kelas dan memberikan salam. b. Perkenalan. c. Pendidik menyampaikan tujuan dan materi yang akan disampaikan dalam proses pembelajaran. <p>2. Tahap inti : 430 menit</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Tahap inti I: pembahasan materi kehumasan operasional dan pengelolaan citra pelayanan Polri. (180 menit) <ol style="list-style-type: none"> 1) Pendidik (Narasumber didampingi Widyaiswara) mengeksplor pengalaman terkait materi yang disampaikan kegiatan tanya jawab. 2) Pendidik (Narasumber didampingi Widyaiswara) memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk melakukan analisis terkait materi yang disampaikan. b. Tahap inti II: diskusi materi kehumasan operasional dan pengelolaan citra pelayanan Polri. (250 menit) <ol style="list-style-type: none"> 1) Pendidik (Widyaiswara) menugaskan peserta didik melalui Pokjar masing-masing untuk mendiskusikan tentang materi yang disampaikan 2) Pendidik (Widyaiswara) menunjuk salah satu Pokjar untuk mempresentasikan hasil diskusi dan ditanggapi oleh Pokjar lain. 3) Pendidik (Widyaiswara) memberikan ulasan dan penguatan materi yang disampaikan.

	<p>4) Pendidik (Widyaiswara) menugaskan peserta didik secara perorangan untuk membuat resume dan laporan hasil diskusi materi yang disampaikan.</p> <p>3. Tahap akhir : 10 menit</p> <p>Pendidik (Widyaiswara) mengakhiri kegiatan pembelajaran, yang mencakup kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Memberikan penguatan materi, dengan cara memberikan ulasan dan penguatan materi secara umum. Menjelaskan keterkaitan mata pelajaran dengan pelaksanaan tugas. Menyampaikan tindaklanjut dari kegiatan pembelajaran dalam bentuk penugasan dan sebagainya.
--	---

	<p>TAGIHAN / TUGAS</p>
	<ol style="list-style-type: none"> Peserta didik mengumpulkan laporan hasil diskusi Pokjar terkait materi yang disampaikan. Peserta didik mengumpulkan tugas NKP 1 sesuai dengan PPKT dalam bentuk pdf di <i>upload</i> ke aplikasi SIAP.

	<p>LEMBAR KEGIATAN</p>
	<ol style="list-style-type: none"> Laporan hasil diskusi Pokjar terkait materi yang disampaikan. Resume dengan tulisan tangan sesuai dengan PPKT.

	BAHAN BACAAN
	<p style="text-align: center;">POKOK BAHASAN 1</p> <p style="text-align: center;">FUNGSI DAN PERAN HUMAS SEBAGAI JEMBATAN KOMUNIKASI PUBLIK</p> <p>Humas atau <i>Public Relations</i> dalam institusi Kepolisian memiliki posisi strategis sebagai jembatan komunikasi antara Polri dan publik. Fungsi ini sangat penting karena institusi Kepolisian tidak hanya menjalankan tugas penegakan hukum dan pemeliharaan keamanan, tetapi juga berinteraksi secara langsung dengan masyarakat yang memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipercaya.</p> <p>Sebagai jembatan komunikasi, Humas bertugas menyampaikan informasi resmi, membangun kepercayaan, dan memelihara hubungan yang harmonis antara institusi dan publik. Peran ini tidak terbatas pada penyampaian berita, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menyerap aspirasi, kritik, dan opini masyarakat, sehingga kebijakan dan program Kepolisian dapat diterima dan didukung oleh publik.</p> <p>Humas Kepolisian juga memiliki dimensi strategis, karena komunikasi yang dikelola secara profesional dapat meningkatkan legitimasi sosial, memperkuat citra positif institusi, dan mencegah terjadinya salah paham atau keresahan di masyarakat. Dengan kata lain, keberhasilan fungsi Humas sangat menentukan efektivitas interaksi Polri dengan publik, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional, sehingga perannya menjadi salah satu pilar utama dalam membangun hubungan yang harmonis dan terpercaya antara Kepolisian dan masyarakat.</p> <p>A. Konsep Humas dalam Kepolisian</p> <p>Humas (<i>Public Relations</i>) dalam konteks Kepolisian merupakan fungsi manajerial yang bertanggung jawab mengelola komunikasi antara institusi Kepolisian Negara Republik Indonesia dengan publik internal maupun eksternal secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan. Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola hubungan antara Kepolisian dan masyarakat guna membangun saling pengertian, kepercayaan, serta dukungan publik terhadap pelaksanaan tugas Kepolisian.</p> <p>Dalam institusi Kepolisian, Humas memiliki kekhasan karena berkaitan langsung dengan pelaksanaan tugas penegakan hukum, pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas), serta pelayanan publik. Hal ini sejalan dengan Pasal 13 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian</p>

	<p>Negara Republik Indonesia, yang menegaskan bahwa tugas pokok Polri meliputi: (1) memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, (2) menegakkan hukum, serta (3) memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Dalam menjalankan tugas-tugas tersebut, Humas berperan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik bersifat akurat, objektif, dan bertanggung jawab, serta tidak menimbulkan keresahan maupun kesalahpahaman. Selain itu, Humas juga berfungsi menyerap aspirasi, kritik, dan opini publik sebagai wujud komunikasi dua arah yang konstruktif antara Kepolisian dan masyarakat.</p> <p>Secara konseptual, Humas (<i>Public Relations</i>) dipahami sebagai fungsi manajemen yang berperan membangun dan memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Cutlip, Center, dan Broom mendefinisikan Humas sebagai “<i>a management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the publics on whom its success or failure depends</i>”. Definisi ini menegaskan bahwa Humas bukan sekadar aktivitas komunikasi teknis, melainkan bagian dari fungsi manajerial strategis yang menentukan keberhasilan organisasi.</p> <p>Sejalan dengan pandangan tersebut, Jefkins menyatakan bahwa Humas merupakan seluruh bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar organisasi, dengan tujuan membangun saling pengertian antara organisasi dan publiknya. Sementara itu, Grunig dan Hunt menekankan bahwa Humas adalah proses komunikasi dua arah yang simetris, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan serta menyesuaikan kebijakan berdasarkan respons publik.</p> <p>Dalam konteks pemerintahan, termasuk Kepolisian, Ruslan mengartikan Humas sebagai upaya komunikasi yang dilakukan oleh lembaga publik untuk menciptakan citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendukung keberhasilan kebijakan publik. Definisi ini relevan dengan karakteristik Kepolisian sebagai institusi negara yang memiliki kewenangan, tanggung jawab, dan dampak langsung terhadap kehidupan masyarakat.</p> <p>Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, Humas dalam konteks Kepolisian dapat dimaknai sebagai fungsi manajerial strategis yang mengelola komunikasi institusional secara terencana, sistematis, dan berkesinambungan antara Kepolisian Negara Republik Indonesia dengan publik internal dan eksternal. Humas Kepolisian tidak hanya bertugas menyampaikan informasi mengenai kebijakan, kegiatan operasional, dan kinerja institusi,</p>
--	--

tetapi juga membangun dialog, menyerap aspirasi, serta mengelola opini publik demi terwujudnya hubungan yang saling percaya antara Kepolisian dan masyarakat.

Pemaknaan ini selaras dengan amanat Pasal 13 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002, yang menuntut pelaksanaan tugas Kepolisian secara profesional, transparan, dan akuntabel. Oleh karena itu, Humas Kepolisian menjadi instrumen strategis dalam menjembatani kepentingan institusi dengan kebutuhan informasi publik, membangun legitimasi sosial, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Polri sebagai institusi penegak hukum dan pelayan publik.

B. Kedudukan, fungsi dan peran strategis Humas dalam struktur organisasi Kepolisian

Dalam organisasi Kepolisian Negara Republik Indonesia, komunikasi publik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pelaksanaan tugas dan fungsi Kepolisian. Keberhasilan penegakan hukum, pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, serta pelayanan publik sangat dipengaruhi oleh bagaimana kebijakan, tindakan, dan kinerja Kepolisian dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan satuan kerja yang secara khusus bertanggung jawab mengelola komunikasi institusional dan hubungan Kepolisian dengan publik secara profesional, terencana, dan berkelanjutan. Peran tersebut dijalankan oleh Humas Kepolisian sebagai unsur pendukung pimpinan dalam manajemen komunikasi publik.

Humas Kepolisian memiliki kedudukan strategis dalam struktur organisasi Kepolisian karena menjadi representasi resmi institusi di hadapan publik dan media massa. Humas berada dalam posisi yang berhubungan langsung dengan pimpinan Kepolisian dan berfungsi sebagai penghubung antara kebijakan pimpinan dengan masyarakat. Kedudukan ini menempatkan Humas tidak hanya sebagai pelaksana teknis penyampaian informasi, tetapi sebagai bagian dari manajemen organisasi yang berperan mendukung pengambilan keputusan strategis melalui pengelolaan informasi dan opini publik.

Dalam struktur Kepolisian, Humas juga berperan mengoordinasikan arus informasi dari berbagai satuan kerja agar pesan yang disampaikan kepada publik konsisten, terintegrasi, dan sejalan dengan kebijakan institusi. Dengan kedudukan tersebut, Humas menjadi simpul komunikasi yang menjaga kesatuan narasi institusional Kepolisian.

1. Kedudukan Humas dalam Struktur Organisasi Kepolisian

Humas Kepolisian memiliki kedudukan strategis dalam struktur organisasi Kepolisian karena menjadi representasi

	<p>resmi institusi di hadapan publik dan media massa. Humas berada dalam posisi yang berhubungan langsung dengan pimpinan Kepolisian dan berfungsi sebagai penghubung antara kebijakan pimpinan dengan masyarakat. Kedudukan ini menempatkan Humas tidak hanya sebagai pelaksana teknis penyampaian informasi, tetapi sebagai bagian dari manajemen organisasi yang berperan mendukung pengambilan keputusan strategis melalui pengelolaan informasi dan opini publik.</p> <p>Dalam struktur Kepolisian, Humas juga berperan mengoordinasikan arus informasi dari berbagai satuan kerja agar pesan yang disampaikan kepada publik konsisten, terintegrasi, dan sejalan dengan kebijakan institusi. Dengan kedudukan tersebut, Humas menjadi simpul komunikasi yang menjaga kesatuan narasi institusional Kepolisian.</p> <p>2. Fungsi Humas dalam Organisasi Kepolisian</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Secara fungsional, Humas Kepolisian menjalankan fungsi pengelolaan komunikasi institusional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan komunikasi publik. Fungsi utama Humas adalah menyediakan dan melayani informasi publik mengenai kebijakan, kegiatan, dan kinerja Kepolisian secara akurat, transparan, dan bertanggung jawab. b. Selain fungsi informatif, Humas juga menjalankan fungsi edukatif melalui penyampaian pesan-pesan kamtibmas dan edukasi hukum kepada masyarakat. Fungsi ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat sebagai bagian dari upaya pencegahan gangguan keamanan dan ketertiban. Humas juga memiliki fungsi <i>persuasif</i>, yaitu membangun opini publik yang positif dan mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung tugas-tugas Kepolisian. c. Fungsi lainnya adalah pengelolaan citra dan reputasi institusi Kepolisian. Melalui pengelolaan pemberitaan, publikasi, dan hubungan dengan media, Humas berupaya menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian sebagai institusi penegak hukum dan pelayan publik. <p>3. Peran Strategis Humas dalam Kepolisian</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dalam menjalankan fungsinya, Humas Kepolisian memiliki peran strategis sebagai jembatan komunikasi dua arah antara Kepolisian dan masyarakat. Humas tidak hanya menyampaikan informasi dari institusi
--	---

	<p>kepada publik, tetapi juga menyerap aspirasi, kritik, dan keluhan masyarakat untuk disampaikan kepada pimpinan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan kinerja.</p> <ol style="list-style-type: none"> b. Humas juga berperan sebagai pengelola hubungan media (media relations), yaitu membangun kemitraan yang profesional dengan media massa agar informasi Kepolisian disampaikan secara objektif, berimbang, dan proporsional. Melalui peran ini, Humas membantu mencegah distorsi informasi dan menjaga transparansi institusi di ruang publik. c. Dalam situasi krisis atau isu sensitif, Humas memiliki peran yang sangat penting sebagai pengelola komunikasi krisis. Humas bertugas menyampaikan pernyataan resmi institusi, mengendalikan arus informasi, serta menjaga stabilitas opini publik agar tidak berkembang menjadi krisis kepercayaan. Peran ini menuntut kecepatan, ketepatan, dan kepekaan komunikasi agar kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian tetap terjaga. d. Dengan kedudukan, fungsi, dan peran strategis tersebut, Humas Kepolisian menjadi unsur penting dalam mendukung profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas institusi. Keberadaan Humas yang kuat dan profesional akan memperkuat hubungan Kepolisian dengan masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap keberhasilan pelaksanaan tugas-tugas Kepolisian secara keseluruhan. <p>C. Regulasi dan Etika Komunikasi Lapangan</p> <p>Dalam organisasi Kepolisian Negara Republik Indonesia, komunikasi publik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pelaksanaan tugas dan fungsi Kepolisian. Keberhasilan penegakan hukum, pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, serta pelayanan publik sangat dipengaruhi oleh bagaimana kebijakan, tindakan, dan kinerja Kepolisian dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan satuan kerja yang secara khusus bertanggung jawab mengelola komunikasi institusional dan hubungan Kepolisian dengan publik secara profesional, terencana, dan berkelanjutan. Peran tersebut dijalankan oleh Humas Kepolisian sebagai unsur pendukung pimpinan dalam manajemen komunikasi publik.</p> <p>Pelaksanaan fungsi kehumasan dalam institusi Kepolisian Negara Republik Indonesia tidak terlepas dari kerangka kebijakan dan regulasi yang menjadi landasan hukum serta pedoman</p>
--	---

	<p>operasional. Regulasi tersebut mengatur kewenangan, tanggung jawab, dan batasan Humas Kepolisian dalam mengelola komunikasi publik secara profesional, transparan, dan akuntabel. Dasar kebijakan dan regulasi kehumasan Kepolisian dapat diuraikan ke dalam beberapa aspek utama sebagai berikut.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek Konstitusional dan Undang-Undang <p>Secara konstitusional, pelaksanaan komunikasi publik oleh Kepolisian berkaitan erat dengan hak masyarakat untuk memperoleh informasi. Hak tersebut dijamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28F, yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi guna mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya. Ketentuan ini menjadi dasar normatif bagi Kepolisian untuk membuka akses informasi kepada publik melalui fungsi kehumasan.</p> <p>Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menjadi landasan utama pelaksanaan tugas dan fungsi Kepolisian, termasuk dalam aspek komunikasi publik. Dalam Pasal 13, ditegaskan bahwa tugas pokok Polri meliputi pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, serta pemberian perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Pelaksanaan tugas-tugas tersebut menuntut dukungan komunikasi publik yang efektif, transparan, dan bertanggung jawab, yang menjadi ruang lingkup utama tugas Humas Kepolisian.</p> 2. Aspek Keterbukaan Informasi Publik <p>Dasar kebijakan penting lainnya bagi kehumasan Kepolisian adalah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang ini menegaskan kewajiban setiap badan publik, termasuk Kepolisian, untuk menyediakan dan melayani informasi publik secara cepat, tepat waktu, dan dengan cara yang sederhana.</p> <p>Ketentuan tersebut secara khusus diatur dalam Pasal 7 ayat (1) yang menyatakan bahwa badan publik wajib menyediakan, memberikan, dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada di bawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik. Selanjutnya, Pasal 7 ayat (2) mewajibkan badan publik membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien. Dalam</p>
--	--

	<p>konteks Kepolisian, Humas menjadi unsur utama yang bertanggung jawab melaksanakan kewajiban tersebut.</p> <p>3. Aspek Kebijakan Internal Kepolisian</p> <p>Selain regulasi tingkat undang-undang, kehumasan Kepolisian juga diatur melalui kebijakan internal yang ditetapkan oleh pimpinan Polri. Kebijakan tersebut dituangkan dalam berbagai Peraturan Kapolri (Perkap) yang mengatur struktur organisasi, tugas dan fungsi satuan kerja, termasuk Divisi Humas Polri dan fungsi Humas di tingkat daerah.</p> <p>Peraturan internal tersebut mengatur antara lain kedudukan Humas sebagai unsur pendukung pimpinan, mekanisme penyampaian informasi publik, hubungan dengan media massa, serta koordinasi komunikasi antar-satuan kerja. Dengan adanya kebijakan internal ini, pelaksanaan kehumasan Kepolisian memiliki pedoman yang jelas dan seragam dalam seluruh jajaran Polri.</p> <p>4. Aspek Hubungan Media dan Etika Komunikasi</p> <p>Dasar kebijakan kehumasan Kepolisian juga mencakup pengaturan mengenai hubungan dengan media massa dan etika komunikasi publik. Pengaturan ini bertujuan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik tidak melanggar hukum, etika profesi, maupun prinsip praduga tak bersalah dalam penegakan hukum.</p> <p>Dalam aspek ini, Humas Kepolisian dituntut untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan terkait <i>pers</i>, serta kode etik internal Kepolisian. Kebijakan ini menjadi rambu-rambu bagi Humas dalam menyampaikan informasi kasus, penanganan perkara, dan isu sensitif agar tetap menjaga hak asasi manusia dan keadilan hukum.</p> <p>5. Aspek Pengelolaan Informasi Digital dan Media Sosial</p> <p>Seiring perkembangan teknologi informasi, regulasi kehumasan Kepolisian juga mencakup pengelolaan informasi digital dan media sosial. Kebijakan ini mengatur pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi publik Kepolisian, sekaligus sebagai alat untuk menangkal hoaks, disinformasi, dan ujaran kebencian yang dapat mengganggu stabilitas kamtibmas.</p> <p>Dalam aspek ini, Humas Kepolisian berperan sebagai pengelola konten digital institusi yang bertanggung jawab, profesional, dan sesuai dengan kebijakan pimpinan. Pengaturan ini menegaskan bahwa pemanfaatan media</p>
--	---

	<p>digital oleh Kepolisian harus tetap berlandaskan prinsip kehati-hatian, akurasi informasi, dan kepentingan publik.</p> <p>6. Aspek Akuntabilitas dan Profesionalisme</p> <p>Aspek terakhir dalam dasar kebijakan dan regulasi kehumasan Kepolisian adalah akuntabilitas dan profesionalisme. Seluruh kegiatan kehumasan Kepolisian harus dilaksanakan dengan menjunjung tinggi prinsip akuntabilitas, transparansi, dan integritas. Humas tidak hanya bertanggung jawab kepada pimpinan institusi, tetapi juga kepada masyarakat sebagai penerima layanan informasi publik.</p> <p>Aspek ini menegaskan bahwa Humas Kepolisian harus dikelola oleh sumber daya manusia yang kompeten, memahami regulasi, serta memiliki kemampuan komunikasi strategis. Dengan berlandaskan kebijakan dan regulasi yang jelas, Humas Kepolisian diharapkan mampu menjalankan perannya secara profesional sebagai jembatan komunikasi publik antara Kepolisian dan masyarakat.</p>
--	--

POKOK BAHASAN 2

HUBUNGAN MEDIA DAN TEKNIK PEMBERIAN KETERANGAN *PERS*

Kehumasan Kepolisian tidak dapat dipisahkan dari peran media massa sebagai mitra strategis dalam penyampaian informasi, pengelolaan opini publik, dan pembentukan citra institusi. Dalam era komunikasi digital dan media sosial yang cepat, Humas Kepolisian dituntut mampu membangun hubungan profesional dengan media, menyampaikan keterangan *pers* secara efektif, serta mengelola arus informasi yang tepat, akurat, dan transparan.

Dalam era informasi yang cepat dan terbuka, hubungan yang baik antara Kepolisian dan media menjadi kunci keberhasilan komunikasi publik. Media berperan sebagai saluran utama penyebaran informasi, opini, dan edukasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, Humas Kepolisian harus membangun dan memelihara hubungan yang profesional, transparan, dan konstruktif dengan berbagai media, baik nasional, lokal, maupun media digital dan khusus.

Salah satu alat strategis dalam hubungan ini adalah keterangan *pers* (*Press Conference*) atau *Media Gathering*, yang memungkinkan institusi menyampaikan informasi resmi secara langsung, terstruktur, dan akurat. Teknik pemberian keterangan *pers* yang profesional tidak hanya memastikan informasi tersampaikan dengan jelas, tetapi juga mencegah misinformasi, membangun opini publik yang positif, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap Polri.

Selain itu, manajemen hubungan media juga mencakup identifikasi media *stakeholder* kunci, pemilihan narasumber yang kompeten, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan informasi. Dengan pendekatan yang sistematis, Humas Kepolisian dapat menjadikan media sebagai mitra strategis dalam membangun citra institusi, menyampaikan kebijakan, dan mendukung keberhasilan program kepolisian di masyarakat.

A. Media *Stakeholder* Kunci di Wilayah Kerja

Dalam konteks kehumasan Kepolisian, media massa tidak sekadar sebagai saluran informasi, tetapi merupakan *stakeholder* strategis yang memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi resmi, dan menjaga citra institusi. Media *stakeholder* adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap penyebaran informasi dan *persepsi* publik di wilayah kerja Kepolisian. Hubungan yang baik antara Humas Kepolisian dan media ini menjadi kunci

	<p>keberhasilan komunikasi publik, karena media berfungsi sebagai jembatan antara institusi Kepolisian dan masyarakat luas.</p> <p>Humas Kepolisian perlu melakukan identifikasi dan klasifikasi media <i>stakeholder</i> agar strategi komunikasi lebih tepat sasaran dan efektif. Klasifikasi ini biasanya dibagi ke dalam beberapa kategori:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media Nasional <p>Media nasional meliputi media cetak, elektronik, dan digital yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Contoh media nasional antara lain Kompas, Detik.com, TVRI, dan MetroTV. Media ini memiliki audiens yang sangat luas, sehingga informasi yang disampaikan melalui kanal ini berpotensi memengaruhi opini publik di tingkat nasional. Peran media nasional bagi Humas Kepolisian adalah menyebarluaskan informasi kebijakan institusi, laporan penanganan kasus besar, atau program strategis yang berdampak luas. Melalui media ini, Kepolisian dapat memastikan masyarakat di berbagai provinsi mendapatkan informasi yang sama, akurat, dan resmi.</p> <p>Contoh praktis: Saat Polri melakukan operasi penegakan hukum berskala nasional, misalnya pengungkapan jaringan narkoba lintas provinsi, Humas Polri menggelar konferensi <i>pers</i> dan menyebarkannya melalui media nasional agar publik seluruh Indonesia mendapatkan informasi resmi dan terpercaya.</p> 2. Media Lokal atau Regional <p>Media lokal atau regional berperan sebagai penghubung langsung antara Kepolisian dan masyarakat di wilayah kerja tertentu. Contohnya Radar Bekasi, Tribun Jabar, atau RRI daerah. Media ini sangat efektif untuk menyampaikan informasi yang bersifat lokal, seperti kegiatan patroli rutin, sosialisasi peraturan lalu lintas, program pendidikan keamanan, atau penanganan kasus kriminal di tingkat kabupaten atau kota. Informasi yang disampaikan melalui media lokal lebih spesifik, relevan dengan kondisi setempat, dan dapat langsung memengaruhi kesadaran serta partisipasi masyarakat.</p> <p>Contoh praktis: Di wilayah Polres Karawang, Humas bekerja sama dengan Radar Karawang untuk menyebarkan informasi mengenai patroli rutin, program edukasi keselamatan berlalu lintas, serta update penanganan kasus kriminal. Hal ini membuat masyarakat setempat lebih</p>
--	--

	<p>memahami kegiatan Kepolisian dan ikut berpartisipasi dalam menjaga keamanan lingkungan.</p> <p>3. Media Khusus atau Online</p> <p>Media khusus atau online memiliki audiens yang lebih spesifik dan biasanya berfokus pada topik tertentu, misalnya portal hukum, komunitas digital, atau media edukasi keamanan siber. Media ini penting untuk menyebarkan informasi tematik atau teknis yang tidak selalu menarik bagi media arus utama, tetapi relevan untuk kelompok tertentu. Humas Kepolisian memanfaatkan media ini untuk memberikan edukasi hukum, informasi keamanan digital, atau sosialisasi kebijakan terkait cybercrime dan keamanan publik.</p> <p>Contoh praktis: Humas Polres mempublikasikan artikel edukasi mengenai bahaya penipuan online dan cara melaporkannya melalui portal komunitas digital atau akun media sosial resmi, sehingga informasi bisa menjangkau pengguna yang aktif di ranah digital dan rentan menjadi korban kejahatan siber.</p> <p>4. Media Internal Polri</p> <p>Media internal mencakup majalah, buletin, portal intranet, atau kanal digital internal Polri. Media ini berfungsi untuk menyampaikan kebijakan pimpinan, koordinasi internal, dan informasi terkait kegiatan organisasi kepada anggota Polri di seluruh jajaran. Keberadaan media internal membantu memastikan keseragaman informasi dan mendukung koordinasi antar-satuan kerja, sehingga semua Personel Polri memahami program dan arahan pimpinan.</p> <p>Contoh praktis: Majalah internal Polri menampilkan artikel tentang program “Polisi Sahabat Pelajar”, sementara portal internal menyiarkan laporan kegiatan patroli dan hasil pengungkapan kasus di masing-masing polres untuk diketahui seluruh jajaran anggota.</p> <p>Media <i>stakeholder</i> bukan hanya saluran komunikasi, tetapi mitra strategis Humas Kepolisian. Identifikasi dan pengelolaan media yang tepat memungkinkan penyampaian informasi lebih efektif, akurat, dan berdampak positif terhadap citra institusi. Humas yang mampu memanfaatkan media nasional, lokal, khusus, maupun internal secara terintegrasi akan dapat membangun kepercayaan publik, mendukung keterbukaan informasi, dan memperkuat legitimasi sosial Kepolisian di masyarakat.</p>
--	--

B. Keterangan Pers (*Press Conference*) atau *Media Gathering* yang Efektif dan Terstruktur

Keterangan *pers*, yang sering disebut sebagai *Press Conference*, dan kegiatan *Media Gathering* merupakan salah satu teknik komunikasi publik yang paling efektif bagi Humas Kepolisian. Kegiatan ini dirancang untuk menyampaikan informasi resmi institusi secara langsung kepada media, sehingga publik menerima berita yang akurat, terverifikasi, dan bertanggung jawab. Selain itu, kegiatan ini juga berfungsi membangun opini positif, memperkuat citra institusi, dan menjalin hubungan profesional dengan media massa sebagai mitra strategis.

Keterangan *pers* dan *Media Gathering* memiliki beberapa karakteristik penting:

1. Formal dan Terstruktur: Kegiatan dilakukan secara resmi dengan agenda yang jelas, mulai dari pembukaan, penyampaian materi, sesi tanya jawab, hingga penutup. Struktur ini memastikan informasi disampaikan secara sistematis dan mudah dipahami media.
2. Fokus pada Informasi Akurat: Semua data, fakta, dan kebijakan yang disampaikan telah diverifikasi, sehingga mencegah penyebaran informasi yang salah atau menimbulkan keresahan publik.
3. Dua Arah (Dialogis): Meskipun keterangan *pers* bersifat penyampaian informasi, sesi tanya jawab memungkinkan interaksi antara Humas Kepolisian dan wartawan. Hal ini memberikan kesempatan bagi media untuk memperoleh klarifikasi dan Humas untuk menyerap pertanyaan, aspirasi, atau masukan publik.
4. Penguatan Hubungan dengan Media: *Media Gathering* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kemitraan dan kepercayaan jangka panjang antara Kepolisian dan wartawan, sehingga komunikasi institusi dapat berjalan lebih efektif di masa mendatang.

Contoh Praktis:

Di Polres Karawang, Humas menggelar *Press Conference* setelah berhasil mengungkap jaringan narkoba lokal. Kegiatan diawali dengan pemaparan oleh Kapolres mengenai kronologi kasus, jumlah tersangka, barang bukti, dan dampak bagi masyarakat. Selanjutnya, wartawan diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan. Semua pertanyaan dijawab secara jelas dan faktual oleh pejabat Humas dan Kasat Reskrim. Seluruh kegiatan direkam dan dipublikasikan melalui media lokal, media nasional, serta kanal digital resmi Polres. Hasilnya, masyarakat

	<p>menerima informasi resmi, terverifikasi, dan tidak menimbulkan spekulasi negatif.</p> <p><i>Media Gathering</i> juga dapat digunakan untuk kegiatan yang lebih bersifat edukatif dan promosi program, misalnya peluncuran program “Polisi Sahabat Pelajar”. Dalam kegiatan ini, Humas mengundang media lokal, perwakilan sekolah, dan tokoh masyarakat. Kapolres menyampaikan tujuan program, kegiatan yang direncanakan, serta manfaat bagi masyarakat. Setelah itu, media diberikan kesempatan untuk wawancara dan mengambil dokumentasi foto/video untuk publikasi.</p> <p>Dengan demikian, keterangan <i>pers</i> dan <i>Media Gathering</i> merupakan teknik komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun dialog, memperkuat hubungan dengan media, dan mendukung legitimasi sosial Kepolisian. Kegiatan ini menjadi salah satu instrumen strategis Humas untuk menjaga akuntabilitas, transparansi, dan citra positif institusi di mata masyarakat.</p> <p>C. Teknik Pemberian Keterangan <i>Pers</i> yang Efektif</p> <p>Agar keterangan <i>pers</i> atau <i>Media Gathering</i> berjalan efektif, Humas Kepolisian perlu menerapkan teknik komunikasi profesional dan terstruktur. Tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi dengan tepat, akurat, dan mudah dipahami publik, mencegah salah tafsir, serta membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Teknik ini juga memperkuat legitimasi sosial Kepolisian sebagai institusi yang transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan publik.</p> <p>Dalam praktik kehumasan, teknik pemberian keterangan <i>pers</i> meliputi beberapa tahap sistematis, yang dimulai dari identifikasi isu hingga pemanfaatan media digital:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi Isu <p>Tahap ini merupakan langkah awal yang sangat penting karena menentukan fokus informasi yang akan disampaikan. Identifikasi isu bertujuan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengetahui peristiwa, kebijakan, atau kasus yang membutuhkan komunikasi resmi ke publik. b. Menentukan tingkat urgensi dan dampak publik dari isu tersebut. c. Menyaring isu-isu sensitif yang perlu arahan pimpinan sebelum disampaikan, termasuk isu yang bisa menimbulkan keresahan atau salah tafsir. <p>Contoh Praktis: Humas Polres menerima laporan tentang aksi unjuk rasa di pasar tradisional yang berpotensi</p>
--	---

	<p>menimbulkan keributan. Sebelum melakukan keterangan <i>pers</i>, Humas melakukan identifikasi isu: siapa yang terlibat, tujuan aksi, lokasi, potensi gangguan, dan pesan apa yang perlu disampaikan agar publik tetap tenang dan terinformasi.</p> <p>2. Persiapan Materi</p> <p>Setelah isu teridentifikasi, langkah berikutnya adalah menyiapkan materi keterangan <i>pers</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengumpulkan data valid dan fakta lapangan, termasuk kebijakan resmi atau angka statistik yang relevan. b. Menentukan pesan utama agar wartawan dan publik memahami informasi inti. c. Menyaring isu sensitif untuk mendapatkan arahan pimpinan sebelum disampaikan. <p>Contoh Praktis: Dalam kasus narkoba, Humas menyiapkan jumlah tersangka, jenis narkoba yang disita, lokasi penangkapan, dan dampaknya terhadap masyarakat. Materi ini disusun ringkas dan jelas agar mudah dipahami media.</p> <p>3. Pemilihan Narasumber</p> <p>Narasumber adalah wajah institusi yang menyampaikan informasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kriteria: Kompeten, kredibel, dan mampu berbicara di depan publik. b. Sumber: Pejabat Humas, Kapolres, Kasat, atau pejabat terkait dengan isu. <p>Contoh Praktis: Pada kasus kecelakaan lalu lintas dengan korban jiwa, Kasat Lantas menjadi narasumber utama untuk menjelaskan kronologi, langkah penanganan polisi, dan pencegahan di masa depan.</p> <p>4. Teknik Penyampaian</p> <p>Penyampaian informasi harus profesional:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Gunakan bahasa jelas, singkat, dan faktual. b. Hindari spekulasi atau opini pribadi yang dapat menimbulkan salah tafsir. <p>Contoh Praktis: "Kecelakaan terjadi pukul 07.30 WIB di Jalan Raya Cikampek. Korban sudah mendapatkan pertolongan, dan tim kami sedang melakukan olah TKP. Penyebab kecelakaan masih dalam penyelidikan."</p>
--	--

	<p>5. Pengelolaan Tanya Jawab</p> <p>Sesi ini penting untuk membangun komunikasi dua arah:</p> <ol style="list-style-type: none">Siapkan jawaban atas pertanyaan yang kemungkinan muncul.Tetap fokus pada pesan utama.Jika informasi belum bisa disampaikan, komunikasikan secara diplomatis. <p>Contoh Praktis: “Informasi tambahan terkait tersangka masih dalam proses pemeriksaan, dan akan kami sampaikan setelah proses selesai.”</p> <p>6. Pemanfaatan Media Digital</p> <ol style="list-style-type: none">Pemanfaatan kanal online memperluas jangkauan informasi:Publikasikan rekaman, berita, atau foto kegiatan <i>pers</i> secara <i>online</i>.Pastikan informasi akurat, etis, dan sesuai kebijakan pimpinan. <p>Contoh Praktis: Setelah <i>Press Conference</i> kasus narkoba, Humas Polres membagikan video paparan narasumber dan foto kegiatan ke Instagram, Facebook, dan website resmi Polres. Publik yang tidak hadir tetap mendapatkan informasi resmi dan terpercaya.</p> <p>Dengan memasukkan tahap identifikasi isu sebagai langkah awal, Humas Kepolisian dapat memastikan setiap keterangan <i>pers</i> lebih terarah, relevan, dan efektif. Mengikuti seluruh tahapan—identifikasi isu, Persiapan materi, pemilihan narasumber, penyampaian informasi, pengelolaan tanya jawab, dan pemanfaatan media digital—membantu Humas menjalankan fungsinya sebagai jembatan komunikasi publik secara profesional, transparan, dan akuntabel, sambil membangun kepercayaan masyarakat terhadap Kepolisian.</p>
--	---

POKOK BAHASAN 3

MANAJEMEN ISU LOKAL DAN CITRA PELAYANAN

Manajemen isu lokal dan citra pelayanan merupakan salah satu aspek krusial dalam strategi kehumasan Kepolisian. Setiap informasi, opini, atau keluhan yang muncul di masyarakat berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap institusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bila isu-isu tersebut tidak dikelola dengan tepat, hal ini dapat berkembang menjadi krisis komunikasi yang merugikan citra Polri dan menurunkan kepercayaan masyarakat.

Humas Kepolisian memiliki tanggung jawab untuk mengidentifikasi isu secara cepat, menilai potensi dampaknya, dan menyiapkan strategi komunikasi yang efektif. Selain itu, Humas juga berperan dalam membangun citra pelayanan publik yang profesional, responsif, dan humanis melalui berbagai kampanye proaktif dan penyampaian cerita humanis (*Human Interest Stories*). Pendekatan ini tidak hanya mengedukasi masyarakat, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial dan membangun hubungan yang saling percaya antara Polri dan publik.

Dengan kata lain, manajemen isu dan citra pelayanan bukan sekadar menangani masalah atau keluhan, tetapi juga merupakan strategi proaktif dalam membentuk opini publik, menjaga reputasi institusi, dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dirasakan langsung oleh masyarakat.

A. Isu-isu Publik yang Berpotensi Menjadi Krisis

Isu publik merupakan perhatian atau permasalahan yang muncul di masyarakat dan menjadi sorotan media atau publik luas. Dalam konteks kehumasan Kepolisian, isu lokal yang tidak dikelola dengan baik memiliki potensi berkembang menjadi krisis komunikasi, yang dapat merusak citra institusi, menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat, dan bahkan memicu keresahan sosial. Oleh karena itu, Humas Kepolisian memiliki tanggung jawab strategis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola isu publik secara cepat dan efektif, sehingga dampak negatif terhadap citra institusi dan keamanan masyarakat dapat diminimalkan. Identifikasi isu publik mencakup:

1. Pemantauan media dan media sosial: Mengamati berita di media cetak, elektronik, dan digital, termasuk percakapan publik di media sosial.
2. Koordinasi internal: Mendapatkan informasi dari jajaran Polri tentang kejadian, keluhan masyarakat, atau potensi konflik di wilayah kerja.

	<p>3. Analisis potensi eskalasi: Menilai dampak isu terhadap opini publik, legitimasi institusi, dan keamanan lokal.</p> <p>Beberapa kategori isu publik yang berpotensi menjadi krisis meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kasus kriminal yang sensitif <p>Kasus kriminal tertentu memiliki daya tarik tinggi bagi publik dan media, sehingga jika informasi tidak dikelola dengan tepat, dapat menimbulkan spekulasi, ketakutan, atau keresahan masyarakat. Kasus ini biasanya melibatkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Peredaran narkoba: Misalnya pengungkapan jaringan narkoba lokal atau antarprovinsi. Jika disampaikan tanpa koordinasi, informasi tentang korban atau tersangka bisa menimbulkan ketakutan atau fitnah di masyarakat. b. Pencurian dengan kekerasan atau perampokan bersenjata: Terjadi di area permukiman atau fasilitas publik yang ramai, yang dapat menimbulkan keresahan dan kekhawatiran warga. c. Tindak pidana yang melibatkan tokoh publik atau pejabat lokal: Misalnya kasus korupsi, kekerasan, atau pelanggaran hukum yang mendapat perhatian media nasional. <p>Contoh Praktis: Di Polres Karawang, pernah muncul kasus pencurian dengan kekerasan yang menimpa pedagang pasar. Media lokal segera memberitakan kejadian tersebut, menimbulkan kekhawatiran warga tentang keamanan pasar. Humas Polres menanggapi dengan konferensi <i>pers</i> dan kampanye patroli pasar, menjelaskan langkah-langkah preventif yang diambil, sehingga masyarakat merasa aman.</p> 2. Gangguan ketertiban umum <p>Gangguan ketertiban dapat terjadi secara tiba-tiba dan berdampak luas, sehingga memerlukan penanganan komunikasi yang cepat:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kerusuhan atau konflik sosial: Misalnya bentrokan antarwarga, sengketa lahan, atau pertikaian kelompok tertentu. b. Aksi unjuk rasa yang tidak terkendali: Demonstrasi yang awalnya damai bisa berubah menjadi ricuh jika tidak diantisipasi.
--	--

	<p>c. Kecelakaan massal atau bencana lokal: Seperti kebakaran pasar, kecelakaan bus atau truk, banjir, atau longsor yang menimbulkan korban.</p> <p>Contoh Praktis: Saat terjadi kecelakaan massal bus di jalur pantura Karawang, media sosial dan portal berita lokal ramai memberitakan insiden tersebut. Humas Polres segera melakukan keterangan <i>pers</i> untuk menjelaskan kronologi, langkah evakuasi korban, dan upaya pencegahan lebih lanjut, sehingga berita tetap terkendali dan masyarakat mendapatkan informasi resmi.</p> <p>3. Isu pelayanan publik yang dirasakan kurang</p> <p>Isu yang berkaitan dengan pelayanan Kepolisian sering muncul dari keluhan masyarakat terhadap respons polisi atau dugaan penyalahgunaan wewenang. Jika tidak segera ditangani, hal ini dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap institusi:</p> <p>a. Respons lambat terhadap laporan masyarakat: Misalnya laporan kehilangan barang atau gangguan keamanan yang ditangani lama.</p> <p>b. Dugaan penyalahgunaan wewenang: Misalnya tindakan represif yang dirasakan masyarakat tidak proporsional atau melanggar hak warga.</p> <p>c. Kurangnya transparansi: Misalnya masyarakat tidak mendapatkan informasi jelas terkait kasus yang mereka laporkan.</p> <p>Contoh Praktis: Di wilayah Polres Karawang, muncul keluhan warga tentang kelangkaan patroli malam di beberapa desa. Jika isu ini tidak segera ditanggapi, masyarakat bisa kehilangan kepercayaan terhadap kemampuan Polres menjaga keamanan. Humas Polres merespons dengan konferensi <i>pers</i>, postingan media sosial, dan pemberitahuan program penambahan patroli malam di desa-desa tersebut, sehingga isu dapat dikelola sebelum berkembang menjadi krisis.</p> <p>4. Isu tambahan yang sering muncul di era digital</p> <p>Selain isu klasik, era media sosial menimbulkan isu baru yang cepat menyebar:</p> <p>a. Hoaks terkait tindak kriminal atau tindakan polisi.</p> <p>b. Opini publik negatif terhadap kebijakan lokal atau nasional Polri.</p>
--	---

	<p>c. Isu diskriminasi, perlakuan tidak adil, atau pelanggaran HAM yang diviralkan.</p> <p>Contoh Praktis: Sebuah video pendek di media sosial menunjukkan seorang polisi melakukan tindakan tegas di jalan raya, yang kemudian viral dan menimbulkan kritik publik. Humas Polres segera mengklarifikasi fakta melalui konferensi <i>pers</i> dan media sosial resmi, menjelaskan konteks tindakan tersebut, sehingga opini publik dapat dikendalikan.</p> <p>Isu publik yang berpotensi menjadi krisis sangat bervariasi, mulai dari kasus kriminal, gangguan ketertiban, keluhan pelayanan publik, hingga isu digital/viral. Keberhasilan manajemen isu bergantung pada kemampuan Humas untuk mengidentifikasi isu secara cepat, memprediksi dampaknya, dan menyiapkan strategi komunikasi yang tepat, baik melalui keterangan <i>pers</i>, <i>Media Gathering</i>, maupun kampanye proaktif. Dengan pendekatan ini, Kepolisian dapat mengelola <i>persepsi</i> publik, mencegah eskalasi krisis, dan memperkuat citra positif institusi.</p> <p>B. Kampanye Humas Proaktif</p> <p>Kampanye Humas proaktif adalah pendekatan komunikasi publik di mana Humas tidak menunggu krisis muncul, melainkan secara sengaja membentuk opini publik, menyampaikan informasi kebijakan, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan serta peran Kepolisian. Strategi ini memungkinkan institusi untuk mengendalikan narasi, mencegah spekulasi negatif, dan membangun <i>persepsi</i> positif sebelum isu berkembang menjadi krisis.</p> <p>Pendekatan proaktif ini sangat penting karena Kepolisian bukan hanya bertugas menegakkan hukum, tetapi juga membangun kepercayaan dan legitimasi sosial di masyarakat. Melalui kampanye yang dirancang dengan baik, Humas dapat menunjukkan keberhasilan program, inovasi pelayanan, dan kepedulian Polri terhadap warga.</p> <p>Bentuk-bentuk Kampanye Proaktif</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi Program Keamanan Humas Kepolisian menggunakan kampanye untuk menyebarkan informasi terkait program yang meningkatkan keamanan dan keselamatan masyarakat. Program-program ini bersifat edukatif sekaligus promotif, sehingga masyarakat lebih memahami tujuan Kepolisian dan berpartisipasi aktif. <p>Contoh Praktis: Program “Polisi Sahabat Pelajar” yang dijalankan oleh</p>
--	---

	<p>Polres Karawang. Humas menyebarkan informasi melalui media lokal, media sosial, dan sekolah-sekolah tentang edukasi keselamatan berlalu lintas bagi anak-anak. Kegiatan ini tidak hanya membangun citra positif Kepolisian sebagai pelindung masyarakat, tetapi juga secara nyata mengurangi risiko kecelakaan anak di jalan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga keamanan lingkungan sekolah.</p> <p>Selain itu, program keamanan lingkungan, seperti patroli rutin di perumahan atau pasar, juga disosialisasikan kepada warga. Dengan demikian, masyarakat mengetahui keberadaan Kepolisian di lingkungan mereka dan merasa aman.</p> <p>2. Publikasi Prestasi Kepolisian</p> <p>Humas proaktif juga menekankan transparansi dan keberhasilan institusi, sehingga publik memahami kontribusi Kepolisian terhadap keamanan dan ketertiban. Publikasi ini dapat berupa pengungkapan kasus besar, penghargaan institusi, inovasi pelayanan publik, atau prestasi Personel.</p> <p>Contoh Praktis: Humas Polres Karawang menginformasikan melalui media lokal dan portal resmi keberhasilan pengungkapan kasus sindikat pencurian kendaraan bermotor. Berita disertai data, foto barang bukti, dan penjelasan kronologi kasus. Publikasi ini membangun persepsi bahwa Kepolisian mampu menegakkan hukum secara efektif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan meminimalkan penyebaran informasi hoaks terkait keamanan.</p> <p>3. Penyebaran Informasi Preventif</p> <p>Selain menyosialisasikan program dan prestasi, Humas proaktif juga menyediakan informasi preventif untuk mengedukasi masyarakat agar dapat mencegah masalah sebelum terjadi. Informasi ini mencakup tips keamanan, pengumuman patroli rutin, dan edukasi tentang risiko kejahatan, termasuk kejahatan siber.</p> <p>Contoh Praktis:</p> <p>a. Humas Polres membagikan tips keamanan rumah menjelang libur panjang, seperti mengunci pintu, tidak meninggalkan barang berharga di rumah, dan melapor ke pos polisi terdekat jika ada gangguan.</p>
--	---

	<p>b. Edukasi tentang penipuan online dan cara melaporkannya melalui media sosial atau website resmi Polres.</p> <p>c. Pengumuman jadwal patroli rutin di desa-desa, agar masyarakat mengetahui kehadiran Kepolisian dan merasa aman.</p> <p>Strategi Implementasi Kampanye Proaktif</p> <p>Agar kampanye proaktif berjalan efektif, Humas harus:</p> <p>a. Mengidentifikasi target audiens: Menyesuaikan pesan dan media dengan kelompok masyarakat yang ingin dijangkau.</p> <p>b. Memilih kanal komunikasi yang tepat: Media lokal, media nasional, media sosial, atau internal Polri.</p> <p>c. Menyusun pesan yang jelas dan terukur: Informasi harus faktual, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan publik.</p> <p>d. Memonitor respons publik: Memantau opini publik dan menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran masyarakat secara cepat.</p> <p>Kampanye Humas proaktif adalah instrumen strategis untuk membangun citra positif Kepolisian, mengedukasi masyarakat, dan mencegah krisis komunikasi. Dengan menyosialisasikan program keamanan, mempublikasikan prestasi institusi, dan memberikan informasi preventif, Humas Polres atau Polda dapat:</p> <p>a. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga keamanan.</p> <p>b. Memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi.</p> <p>c. Mencegah berkembangnya spekulasi negatif atau isu yang merugikan citra Kepolisian.</p> <p>Pendekatan ini menjadikan Humas bukan hanya penyampai informasi, tetapi arsitek opini publik, yang membangun legitimasi sosial Kepolisian secara berkelanjutan.</p> <p>C. Cerita Humanis (<i>Human Interest Stories</i>)</p> <p>Selain menyampaikan informasi faktual dan statistik, Humas Kepolisian dapat memperkuat citra institusi melalui cerita humanis (<i>Human Interest Stories</i>). Pendekatan ini menekankan sisi kemanusiaan, empati, dan pelayanan publik, sehingga masyarakat dapat melihat Kepolisian bukan sekadar penegak</p>
--	--

	<p>hukum, tetapi juga institusi yang peduli terhadap warga dan lingkungan sekitar.</p> <p>Cerita humanis memiliki peran strategis dalam komunikasi publik karena:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun kedekatan emosional antara Kepolisian dan masyarakat. Cerita yang menyentuh hati membuat publik lebih mudah mengidentifikasi dan menaruh kepercayaan pada institusi. 2. Meningkatkan legitimasi sosial. <i>Human Interest Stories</i> menunjukkan bahwa Kepolisian tidak hanya menjalankan tugas penegakan hukum, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat. 3. Menghadirkan inspirasi dan teladan positif. Publik dapat mencontoh sikap, tindakan, dan nilai-nilai kemanusiaan yang diperlihatkan oleh anggota Polri. <p>Ciri-ciri <i>Human Interest Stories</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan pengalaman individu atau kelompok yang dibantu Kepolisian, misalnya korban bencana, warga kurang mampu, atau anak-anak sekolah. 2. Mengedepankan nilai kemanusiaan, empati, dan kepedulian sosial, bukan hanya pencapaian institusi. 3. Memberikan inspirasi atau pesan positif yang dapat diteladani masyarakat. <p>Contoh Praktis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Di Polres Karawang, Humas menyoroti cerita seorang anggota polisi yang mengevakuasi warga lansia korban banjir ke tempat aman dan memberikan bantuan logistik. Cerita ini dipublikasikan melalui media lokal, media sosial, dan portal resmi Polres, sehingga masyarakat melihat Kepolisian tidak hanya sebagai penegak hukum, tetapi juga pelindung dan pendamping warga di saat kesulitan. 2. Contoh lain, Humas dapat menampilkan kisah polisi yang membantu anak-anak sekolah memahami keselamatan berlalu lintas melalui program “Polisi Sahabat Pelajar”, dengan narasi yang menekankan kepedulian, kesabaran, dan dedikasi Personel. <p>Pendekatan humanis ini efektif untuk memperkuat citra positif Kepolisian, membangun hubungan emosional dengan masyarakat, dan menambah dimensi narasi yang tidak hanya formal dan teknis, tetapi juga <i>personal</i> dan inspiratif.</p>
--	---

	<p>Dengan demikian, manajemen isu lokal dan citra pelayanan merupakan bagian strategis dari kehumasan Kepolisian. Dengan menjalankan tiga langkah utama:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Mengidentifikasi isu publik yang berpotensi menjadi krisis, agar tindakan komunikasi dapat dilakukan lebih awal dan mencegah dampak negatif terhadap citra institusi.2. Melaksanakan kampanye proaktif, melalui sosialisasi program keamanan, publikasi prestasi, dan penyebaran informasi preventif, sehingga opini publik dapat dibentuk secara positif.3. Menyampaikan cerita humanis, yang menonjolkan sisi kemanusiaan, empati, dan pelayanan publik, sehingga masyarakat melihat Kepolisian sebagai institusi yang peduli dan inspiratif. <p>Dengan pendekatan tersebut, Humas Polres atau Polda dapat:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Membangun kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang transparan, akuntabel, dan responsif.2. Meningkatkan legitimasi institusi, karena publik menilai Kepolisian tidak hanya menjalankan tugas hukum, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan warga.3. Memperkuat citra positif Kepolisian sebagai pelayan publik yang profesional, humanis, dan mampu menjembatani kepentingan institusi dengan kebutuhan informasi masyarakat. <p>Dapat disimpulkan, manajemen isu lokal, kampanye proaktif, dan cerita humanis menjadi instrumen yang salutif dan strategis dalam membangun komunikasi publik yang efektif dan berkelanjutan bagi Kepolisian.</p>
--	---

POKOK BAHASAN 4

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SATUAN KERJA DAN PRIBADI

Pengelolaan media sosial tidak terbatas pada akun resmi satuan kerja saja, tetapi juga perlu memperhatikan penggunaan media sosial pribadi anggota Polri. Hal ini karena perilaku digital individu dapat berdampak pada persepsi publik terhadap institusi secara keseluruhan. Unggahan yang tidak sesuai atau penyebaran informasi sensitif dapat menimbulkan disinformasi, salah tafsir, atau bahkan merusak reputasi Kepolisian. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial harus dilakukan secara profesional, terstruktur, dan berbasis etika komunikasi publik.

Tujuan utama pengelolaan media sosial dalam konteks Kepolisian meliputi:

1. Membangun citra positif: Media sosial digunakan untuk menampilkan profesionalisme, dedikasi, dan kepedulian Kepolisian terhadap masyarakat, sekaligus menonjolkan sisi humanis dari pelayanan publik.
2. Menyebarkan informasi resmi: Akun resmi Polri menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya, mengurangi spekulasi dan penyebaran berita hoaks terkait tugas dan kebijakan Kepolisian.
3. Mencegah disinformasi dan kesalahpahaman: Dengan publikasi konten yang akurat, cepat, dan transparan, Humas Kepolisian dapat meminimalkan potensi ketidakpastian publik, sekaligus merespons isu atau rumor yang berkembang di media sosial.

Dengan demikian, media sosial menjadi bagian penting dari strategi komunikasi modern Kepolisian, yang tidak hanya mengandalkan komunikasi tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan interaksi dua arah antara Polri dan masyarakat. Pengelolaan yang baik pada akun resmi maupun pribadi anggota Polri menjadi kunci dalam menjaga integritas, kredibilitas, dan profesionalisme institusi di mata publik.

A. Media Sosial Satuan Kerja (*Official Account*)

Media sosial satuan kerja, atau *Official Account*, merupakan akun resmi yang dikelola oleh Kepolisian pada tingkat Polres, Polda, maupun institusi pusat. Akun ini berfungsi sebagai saluran komunikasi resmi untuk menyampaikan informasi yang akurat, membangun citra profesional, dan memperkuat interaksi dengan masyarakat. Pengelolaan akun resmi menjadi bagian penting dari strategi kehumasan modern, karena memungkinkan Kepolisian menjangkau publik secara luas, sekaligus meminimalkan risiko disinformasi atau spekulasi negatif.

	<p>1. Fungsi dan Tujuan</p> <p>Fungsi utama media sosial satuan kerja adalah sebagai instrumen komunikasi publik yang profesional dan transparan. Beberapa tujuan spesifik antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Menyampaikan informasi resmi institusi: Akun resmi digunakan untuk memberikan berita terkini mengenai kegiatan Kepolisian, kebijakan baru, pengungkapan kasus, atau himbauan keselamatan. Informasi yang disampaikan melalui akun resmi bersifat sah dan dapat dipertanggungjawabkan. b. Memperkuat citra profesional dan transparan: Publik dapat menilai kredibilitas dan profesionalisme Kepolisian melalui konten yang konsisten, faktual, dan transparan. Hal ini membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi. c. Media edukasi dan sosialisasi program Kepolisian: Media sosial resmi juga berfungsi untuk mendidik masyarakat tentang keselamatan berlalu lintas, pencegahan kejahatan, pelayanan publik, dan program inovatif lain yang dilaksanakan Polri. <p>Contoh: Akun Instagram Polres Karawang secara rutin memposting tips keselamatan berlalu lintas, edukasi masyarakat tentang bahaya narkoba, serta kegiatan sosial Kepolisian seperti bakti sosial dan program Polisi Sahabat Pelajar.</p> <p>2. Jenis dan Kanal Media Sosial</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Instagram: Cocok untuk menjangkau masyarakat luas dan menampilkan foto/video kegiatan Kepolisian secara visual. b. Twitter/X: Efektif untuk informasi cepat, update kejadian, dan klarifikasi isu yang berkembang di media sosial. c. YouTube dan TikTok: Digunakan untuk menyampaikan konten edukatif, liputan kegiatan Kepolisian, maupun dokumentasi video <i>Human Interest Stories</i>. d. Website resmi: Berfungsi sebagai sumber berita utama yang komprehensif, menyimpan arsip kegiatan, publikasi regulasi, serta panduan masyarakat terkait layanan Polri.
--	--

	<p>Contoh Praktis Pengelolaan media sosial satuan kerja melibatkan berbagai platform digital, disesuaikan dengan karakteristik publik yang ingin dijangkau:</p> <p>e. Facebook: Saat ada pengungkapan kasus narkoba di wilayah Karawang, Humas Polres mempublikasikan kronologi kasus dalam bentuk artikel lengkap di website resmi, sementara ringkasan video kegiatan diunggah ke YouTube dan Instagram untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan audiens muda.</p> <p>3. Strategi Pengelolaan</p> <p>Agar media sosial satuan kerja efektif, Humas Kepolisian menerapkan strategi pengelolaan yang terstruktur:</p> <p>a. Perencanaan konten: Konten dirancang edukatif, informatif, dan humanis, sehingga tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membangun kedekatan dengan publik.</p> <p>b. Jadwal publikasi dan konsistensi posting: Konten dipublikasikan secara rutin agar masyarakat terbiasa mengakses informasi resmi dari akun Polri.</p> <p>c. Monitoring opini publik dan interaksi masyarakat: Humas memantau tanggapan, pertanyaan, atau kritik yang muncul di kolom komentar atau media sosial, sehingga dapat segera menanggapi atau mengklarifikasi isu.</p> <p>d. Penanganan krisis dan klarifikasi informasi: Akun resmi menjadi saluran utama untuk memberikan klarifikasi ketika muncul isu negatif atau berita hoaks, sehingga mencegah eskalasi masalah.</p> <p>Contoh: Saat muncul video viral dugaan tindakan represif polisi, Humas Polda Jawa Barat menggunakan akun resmi untuk mengunggah klarifikasi kronologi, foto bukti, dan pernyataan resmi Kapolda, sehingga publik mendapatkan informasi yang sah dan tidak terjadi misinformasi.</p> <p>4. Contoh Praktis</p> <p>Beberapa praktik pengelolaan media sosial satuan kerja yang sukses antara lain:</p> <p>a. Kampanye keselamatan lalu lintas melalui Instagram Polres: Polres memposting tips keselamatan, video edukatif, serta infografik yang mudah dibaca. Hasilnya, masyarakat lebih sadar aturan lalu lintas dan partisipasi publik meningkat.</p>
--	---

- b. Publikasi prestasi pengungkapan kasus di YouTube resmi Polda: Video dokumentasi pengungkapan kasus kriminal, wawancara narasumber, dan langkah-langkah polisi memberikan transparansi sekaligus membangun citra profesional.

Kesimpulan Subtopik:

Media sosial satuan kerja adalah instrumen strategis Humas Kepolisian untuk menyampaikan informasi resmi, memperkuat citra institusi, dan membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Dengan strategi konten yang terencana, kanal yang tepat, dan monitoring interaktif, akun resmi Kepolisian dapat menjadi jembatan komunikasi publik yang efektif, transparan, dan profesional.

B. Media Sosial Pribadi (Personel Kepolisian)

Di era digital, media sosial pribadi anggota Kepolisian bukan sekadar sarana komunikasi *personal*, tetapi juga alat strategis yang memengaruhi citra institusi. Setiap unggahan anggota Polri, baik berupa foto, video, maupun status, berpotensi menjadi konsumsi publik dan dapat membentuk *persepsi* masyarakat tentang profesionalisme dan integritas institusi. Oleh karena itu, pengelolaan akun pribadi harus dilakukan secara sadar etika, bertanggung jawab, dan selaras dengan kebijakan institusi.

1. Pentingnya Etika Digital

Etika digital adalah fondasi penggunaan media sosial pribadi yang aman dan produktif bagi anggota Kepolisian. Beberapa prinsip utama meliputi:


- a. Menjaga reputasi diri dan institusi: Konten yang dibagikan dapat mencerminkan profesionalisme, integritas, dan kredibilitas anggota serta institusi. Publik akan menilai Polri berdasarkan perilaku digital Personelnya.
- b. Menghindari konten yang merugikan institusi: Unggahan yang provokatif, kontroversial, atau menyebarkan rumor dapat menimbulkan *persepsi* negatif dan merusak kepercayaan masyarakat.
- c. Kesadaran akan dampak publik: Setiap komentar, foto, atau video yang viral dapat memengaruhi opini publik secara luas, sehingga harus dipikirkan matang-matang sebelum diposting.

Contoh: Anggota Polri yang memposting foto Personel tanpa izin di lokasi operasi sensitif dapat menimbulkan masalah hukum dan menurunkan citra profesional institusi.


	<p>Sebaliknya, membagikan foto kegiatan sosial atau edukatif dengan izin Humas justru memperkuat citra humanis dan positif.</p> <p>2. Panduan dan Kebijakan Penggunaan</p> <p>Penggunaan media sosial pribadi anggota Polri harus selaras dengan regulasi internal, kode etik, dan pedoman Humas. Beberapa panduan praktis antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Membatasi unggahan terkait tugas operasional tanpa izin Humas: Misalnya, tidak membagikan foto olah TKP, data tersangka, atau informasi yang bersifat rahasia. b. Menjaga kerahasiaan informasi pribadi warga: Anggota harus memastikan bahwa informasi sensitif masyarakat tidak tersebar tanpa persetujuan. c. Mematuhi kode etik Polri: Konten yang diunggah tidak boleh menyinggung pihak lain, memprovokasi, atau bertentangan dengan nilai-nilai institusi. d. Menghindari pernyataan kontroversial: Unggahan tentang politik, agama, atau isu sensitif lainnya sebaiknya dihindari agar tidak menimbulkan persepsi negatif terhadap institusi. <p>Contoh Praktis: Anggota Polri membagikan foto kegiatan bakti sosial di desa, menambahkan narasi edukatif dan humanis, namun tetap menandai akun resmi Polres untuk memastikan informasi tersampaikan secara sah dan resmi.</p> <p>3. Pemanfaatan Positif</p> <p>Meski harus berhati-hati, akun pribadi dapat dimanfaatkan secara konstruktif untuk membangun citra positif dan interaksi dengan publik:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Memperkuat hubungan dengan masyarakat: Konten humanis, seperti kegiatan sosial, bantuan korban bencana, atau patroli lingkungan, menampilkan sisi peduli anggota Polri. b. Edukasi dan sosialisasi program Kepolisian: Tips keselamatan, informasi patroli, dan edukasi preventif dapat dibagikan melalui akun pribadi dengan koordinasi Humas. c. Amplifikasi konten resmi: Anggota dapat membagikan postingan akun resmi untuk memperluas jangkauan
--	---

	<p>publik, sambil menambahkan komentar atau perspektif humanis.</p> <p>Contoh Praktis:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Anggota Polri membagikan video edukasi keselamatan bersepeda di akun pribadinya, menandai akun resmi Polres, sehingga konten dapat menjangkau masyarakat lebih luas dan meningkatkan engagement publik. b. Anggota yang aktif membagikan kegiatan “Polisi Sahabat Pelajar” melalui akun pribadi membantu membangun citra humanis institusi sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam program Kepolisian. <p>C. Sinergi Media Sosial Satuan Kerja dan Pribadi</p> <p>Agar komunikasi publik berjalan konsisten dan efektif, koordinasi antara akun resmi satuan kerja dan akun pribadi anggota sangat penting. Sinergi ini memungkinkan pesan institusi tersampaikan secara maksimal, risiko konflik narasi diminimalkan, dan informasi positif dapat diperluas jangkauannya.</p> <p>Strategi Sinergi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi pesan: Konten yang dibagikan oleh akun pribadi harus sejalan dengan pesan resmi satuan kerja, sehingga publik menerima informasi yang konsisten. 2. Pengelolaan isu: Akun pribadi harus berhati-hati agar tidak menimbulkan narasi berbeda yang bisa memperkeruh isu, terutama pada kasus sensitif atau krisis. 3. Optimalisasi amplifikasi konten positif: Akun pribadi dapat membagikan konten edukatif, kampanye proaktif, atau cerita humanis dari akun resmi untuk memperluas jangkauan publik. 4. Monitoring interaksi: Humas harus memantau komentar dan tanggapan dari unggahan akun pribadi yang terkait institusi, sehingga dapat memberikan klarifikasi jika ada misinformasi. <p>Contoh Praktis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saat Polres Karawang meluncurkan kampanye keselamatan berlalu lintas, akun resmi memposting infografik dan video edukatif. Anggota Polri membagikan konten tersebut di akun pribadinya dengan narasi tambahan tentang pengalaman mereka saat patroli, sehingga pesan resmi menjangkau audiens yang lebih luas dan interaktif.
--	---

	<p>2. Pada pengungkapan kasus kriminal, akun pribadi dapat membagikan cerita humanis dari korban atau pihak terkait (dengan izin), sehingga masyarakat melihat Kepolisian secara lebih humanis, bukan sekadar penegak hukum.</p> <p>Media sosial, baik akun resmi satuan kerja maupun akun pribadi anggota Polri, merupakan instrumen strategis dalam membangun citra Kepolisian dan komunikasi publik. Dengan pengelolaan yang terstruktur, profesional, dan etis, Humas Kepolisian dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga konsistensi informasi dan citra institusi. 2. Meningkatkan kepercayaan publik melalui transparansi dan interaksi positif. 3. Memanfaatkan akun pribadi untuk memperkuat pesan resmi dan memperluas jangkauan komunikasi. 4. Mengurangi risiko konflik narasi dan penyebaran disinformasi. <p>Sinergi yang efektif antara akun resmi dan pribadi menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi modern yang profesional, humanis, dan responsif, serta mendukung legitimasi dan kredibilitas institusi di mata masyarakat.</p>
--	--

	<p>RANGKUMAN</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Humas Kepolisian berperan strategis sebagai jembatan komunikasi dua arah antara Polri dan masyarakat, menyampaikan informasi resmi yang akurat serta menyerap aspirasi, kritik, dan opini publik. Berdasarkan UU No. 2 Tahun 2002, Humas mendukung tugas pemeliharaan kamtibmas, penegakan hukum, serta pelayanan publik. Secara konseptual, Humas adalah fungsi manajerial untuk membangun kepercayaan dan hubungan harmonis (Cutlip, Jefkins, Grunig). Humas memiliki kedudukan langsung di bawah pimpinan, berfungsi informatif, edukatif, persuasif, serta mengelola citra, dan berperan strategis dalam koordinasi informasi, media relations, dan komunikasi krisis. 2. Humas Kepolisian membangun hubungan profesional dengan media sebagai mitra strategis untuk menyampaikan informasi akurat dan membentuk opini positif. Media stakeholder diklasifikasi menjadi nasional (Kompas, Detik.com), lokal (Radar Karawang), khusus/online, dan internal Polri. Keterangan pers (press conference) dan media gathering dilakukan secara formal, terstruktur, dan dialogis untuk mencegah misinformasi. Teknik

	<p>efektif meliputi identifikasi isu, persiapan materi, pemilihan narasumber kompeten, penyampaian jelas, pengelolaan tanya jawab, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan informasi resmi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Humas bertugas mengidentifikasi dan mengelola isu lokal yang berpotensi krisis, seperti kasus kriminal sensitif, gangguan ketertiban, keluhan pelayanan, serta hoaks di media sosial, melalui pemantauan cepat dan respons proaktif. Kampanye proaktif dilakukan dengan sosialisasi program keamanan (misalnya Polisi Sahabat Pelajar), publikasi prestasi pengungkapan kasus, dan informasi preventif untuk membentuk opini positif. Cerita humanis (human interest stories) menonjolkan sisi empati polisi, seperti bantuan korban banjir atau edukasi anak, sehingga memperkuat citra Kepolisian sebagai institusi yang humanis, responsif, dan dekat dengan masyarakat. 4. Media sosial resmi satuan kerja (Instagram, Twitter/X, YouTube, dll.) digunakan untuk menyampaikan informasi resmi, edukasi, dan human interest stories dengan strategi perencanaan konten, jadwal rutin, serta monitoring interaksi. Akun pribadi anggota Polri wajib mematuhi etika digital: menghindari konten sensitif, politik, atau rahasia, serta menjaga reputasi institusi. Sinergi antara akun resmi dan pribadi dilakukan melalui koordinasi pesan, amplifikasi konten positif, dan penanganan isu bersama, sehingga memperluas jangkauan, mencegah disinformasi, serta memperkuat citra profesional dan kepercayaan publik terhadap Polri.
--	--

	<p>LATIHAN</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jelaskan mengapa Humas Kepolisian disebut sebagai “jembatan komunikasi publik” yang strategis. Berikan analisis Anda tentang bagaimana fungsi komunikasi dua arah (menyampaikan informasi sekaligus menyerap aspirasi publik) dapat meningkatkan legitimasi sosial Polri di tengah tantangan citra institusi penegak hukum saat ini. Sertakan contoh nyata atau hipotetis dari kegiatan Humas di tingkat Polres atau Polda. 2. Media massa merupakan mitra strategis sekaligus potensi risiko bagi Humas Kepolisian. Analisislah bagaimana teknik pemberian keterangan pers (press conference) yang terstruktur dan dialogis dapat mencegah misinformasi serta membangun kepercayaan publik, terutama pada kasus kriminal sensitif. Berikan contoh langkah-langkah konkret yang harus dilakukan Humas Polres sebelum, saat, dan sesudah konferensi pers agar hasilnya

	<p>optimal.</p> <ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="427 282 1431 611">3. Dalam era media sosial yang cepat menyebarkan informasi, isu lokal berpotensi berkembang menjadi krisis komunikasi. Analisislah peran kampanye Humas proaktif dan cerita humanis (human interest stories) dalam mengelola isu tersebut sekaligus membangun citra pelayanan Kepolisian yang humanis dan responsif. Berikan contoh bagaimana kedua pendekatan ini dapat diterapkan secara bersamaan pada salah satu isu lokal yang sering muncul di wilayah Anda (misalnya keluhan respons lambat terhadap laporan masyarakat atau hoaks terkait tindakan polisi).<li data-bbox="427 629 1431 958">4. Pengelolaan media sosial tidak hanya mencakup akun resmi satuan kerja, tetapi juga akun pribadi anggota Polri karena keduanya memengaruhi citra institusi secara keseluruhan. Analisislah risiko dan peluang dari penggunaan media sosial pribadi personel, serta jelaskan strategi sinergi yang efektif antara akun resmi dan akun pribadi agar pesan institusi tetap konsisten, disinformasi dapat dicegah, dan citra Polri semakin positif. Sertakan rekomendasi kebijakan internal yang dapat diterapkan untuk mengatur hal ini.
--	---