

STRATEGI HUMAS POLRESTABES SURABAYA (SATPAS COLOMBO) ATAS USAHA-USAHA MENINGKATKAN CITRA POLISI

Retno Wulandari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

E-mail: rwd_18@yahoo.co.id

Abstrak : Penelitian ini berfokus pada strategi yang dilakukan Humas Polrestabes Surabaya khususnya pada pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo atas usaha-usaha meningkatkan citra polisi, yang meliputi *fact finding, planning and programming, communication, evaluation* dan juga untuk mengetahui respon masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM / Satpas Colombo terhadap strategi dan usaha yang dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya terkait isu pungutan liar (pungli). Peran Humas Polrestabes Satpas Colombo Surabaya mendapat tantangan untuk meningkatkan citra yang masih buruk atas banyaknya isu pungli di masyarakat. Teori yang digunakan yaitu citra organisasi, *public relations* serta strategi *public relations* pada organisasi dan teori relevan lainnya. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dan menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan *in-depth interview* kepada Humas Polrestabes Satpas Colombo Surabaya dan kepada masyarakat yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM Satpas Colombo dalam merespon strategi yang dilakukan polisi serta melakukan observasi dan dokumentasi. Hasil analisis yang didapatkan peneliti bahwa usaha-usaha yang dilakukan kepolisian Satpas Colombo Surabaya yaitu dengan mengembangkan beberapa inovasi berbasis digital seperti *E-SIM Online, SIMONTIR (Sistem Monitoring Uji Praktik SIM Berbasis Digital), special events, Mall Pelayanan Publik, Suroboyo Sobo Kelurahan* untuk meningkatkan citranya. Dan peneliti mendapatkan data bahwa terdapat perbedaan respon masyarakat terhadap strategi dan usaha yang dilakukan polisi Satpas Colombo untuk meningkatkan citranya karena adanya perbedaan pengalaman pada setiap informan.

Kata Kunci: *Strategi, Humas, Public Relations, Citra, Organisasi Pemerintah.*

Abstract : This research focuses on the strategy carried out by Surabaya Polrestabes Public Relations specifically on SIM / Satpas services (SIM Administration Administering Unit) Colombo for efforts to improve the image of the police, which includes fact-finding, planning and programming, communication, evaluation and also to find out the response of the Surabaya community who once used Colombo SIM / Satpas services to the strategy and efforts made by the police to improve its image regarding the issue of extortion (extortion). The Role of Public Relations Polrestabes Colombo Satpas Surabaya has been challenged to improve the still bad image of many issues of extortion in the community. This study uses a literature review, among others, organizational image, public relations and public relations strategies for organizations and other relevant theories. This study uses a descriptive type of research and uses a case study method with a qualitative approach. The researcher collected data with in-depth interviews with the Public Relations of the Polrestabes of Satpas Colombo Surabaya and the people who had used the services of the Colombo Satpas SIM in responding to the strategies carried out by the police and conducting observations and documentation. The results of the analysis obtained by the researchers that the efforts made by the Colombo Satpas Police Surabaya were by developing several digital-based innovations such as E-SIM Online,

SIMONTIR (Digital-Based SIM Practice Test Monitoring System), special events, Public Service Mall, Suroboyo Sobo Kelurahan to improve its image. And the researchers obtained data that there were differences in the community's response to the strategies and efforts of the Colombo Satpas police to improve their image because of the different experiences of each informant.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Public Relations, Image, Government Organizations.*

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui secara mendalam mengenai Strategi Humas Polrestabes Surabaya (SATPAS Colombo) atas Usaha-Usaha Meningkatkan Citra Polisi dan ingin mengetahui bagaimana mengembangkan komunikasi yang baik untuk menjalin organisasi dengan publik. Karena itu peneliti akan menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Seperti yang dikemukakan oleh Mohamad Ali (1982, hal.120) bahwa tipe penelitian deskriptif ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang muncul saat ini. Penelitian ini akan dilakukan dengan cara pengumpulan data dengan *In-Depth Interview* kepada Humas Satpas Colombo Surabaya dan kepada 10 masyarakat yang memiliki KTP Surabaya dengan rentang usia 17-60 tahun baik laki-laki perempuan, tua atau muda, pemohon SIM baru (pelajar 17 tahun) hingga masyarakat yang ingin memperpanjang masa berlaku SIM yang telah dimiliki pada pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo dalam merespon strategi komunikasi yang dilakukan polisi dalam usaha-usaha meningkatkan citranya. Sebagaimana definisi respon menurut Rakhmat (1999, hal.51) merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dikarenakan adanya suatu pemicu atau dapat pula didefinisikan sebagai sebuah kesan yang tertinggal di benak masing-masing individu dari sebuah pengalaman sehingga dapat menafsirkan informasi. Peneliti juga melakukan observasi dan dokumentasi berupa rekaman suara, foto, kemudian membuat kesimpulan beserta laporan yang bertujuan untuk membuat sebuah gambaran tentang suatu keadaan secara objektif dalam bentuk deskripsi. Sedangkan tujuan digunakannya pendekatan kualitatif ini adalah untuk mendeskripsikan suatu fenomena sosial.

Penelitian ini akan membahas tentang humas organisasi pemerintah (*government organization*) yang mana organisasi pemerintah ini dibentuk untuk menjalankan aktivitas pelayanan terhadap masyarakat atau khalayak luas. Pelayanan yang dimaksud disini dapat berupa pelayanan kesehatan, kesejahteraan, pendidikan, keamanan dan kenyamanan. Di Indonesia, yang bertanggung jawab melayani dan menjaga keamanan negara untuk masyarakat yaitu Kepolisian Negara Republik Indonesia. Kepolisian memiliki berbagai macam TUPOKSI

(Tugas Pokok dan Fungsi) sesuai dengan unsurnya masing-masing, mulai dari unsur pimpinan sampai unsur-unsur pelaksana tugas pokok. Dalam penelitian ini juga khusus membahas pada unsur Pelaksana Tugas Pokok SATLANTAS (Satuan Lalu Lintas) khususnya Polrestabes (Kepolisian Resor Kota Besar) yang ada di Surabaya, Jawa Timur terkait citranya yang masih buruk di masyarakat. Peneliti ingin fokus membahas tentang citra polisi, karena citra polisi di masyarakat masih buruk dengan melekatnya praktik pungli (pungutan liar) yang kerap dilakukan oleh oknum polisi. Maka dari itu, tidak heran masyarakat masih mencibir polisi misalnya polisi *cepe*, tukang main pasal, sidang di tempat, dan lain sebagainya. Belum lagi modus-modus yang digunakan untuk pungli ini beragam, mulai dari pura-pura menilang pelanggar lalu lintas dengan mencari-cari kesalahan pengemudi, dan yang kedua yaitu pungli yang masih kerap terjadi pada jasa pelayanan registrasi SIM (Surat Izin Mengemudi), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), dan BPKB, misalnya dengan adanya oknum-oknum polisi yang meminta uang untuk bisa mempercepat prosesnya. Sebaiknya masyarakat juga membantu memberantas kasus pungli ini dengan cara menolak tawaran tersebut. Hal ini menjadikan nama baik dan citra polisi yang semestinya menjadi lembaga penegak hukum yang profesional menjadi tercoreng atau citranya menjadi buruk.

Hal yang mendasari peneliti tertarik memilih organisasi pemerintah yaitu kepolisian untuk dikaji lebih dalam lagi adalah masih banyaknya kasus korupsi yang disebabkan oleh oknum polisi khususnya di Surabaya menurut sumber: <http://surabaya.tribunnews.com> (diakses pada 5 April 2018 pukul 12.23 WIB) bahwa terdapat beberapa oknum polisi di Surabaya pada Oktober tahun 2016 lalu yang masih melakukan tindakan korupsi atau yang lebih dikenal sebutan pungli (pungutan liar). Kapolrestabes Surabaya Kombes Pol Iman Sumantri juga ikut menanggapi kasus ini dalam artikel berita yang berjudul "*Pungli, 10 Polisi Surabaya Dijatuhi Sanksi, Kapolrestabes: Kalau Ada Penyimpangan Laporkan Kami*". kasus diatas dapat menjadi alasan mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan (signifikansi penelitian) karena apabila korupsi atau pungli semakin merajalela karena disebabkan oleh oknum-oknum polisi yang tidak bertanggung jawab, maka Kepolisian Negara Republik Indonesia nantinya akan menjadi jelek atau tercoreng reputasinya di mata masyarakat. Apalagi polisi sebagai penegak hukum yang profesional dan sering dijadikan contoh oleh masyarakat khususnya pada anak-anak atau remaja supaya bersifat tegas, adil, mampu memberantas kejahatan, cinta terhadap bangsa dan negara, menanamkan kejujuran sejak dini, memiliki moral agama dan etika yang baik dalam melaksanakan tugas, dan lain sebagainya.

Maka dari itu, pihak kepolisian melalui humasnya harus memiliki strategi untuk meningkatkan citranya yang masih buruk di mata masyarakat agar semakin dipercaya sebagai

pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat dan juga tentunya untuk dapat membina hubungan yang baik dengan masyarakat

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi yang dilakukan Humas Polrestabes Surabaya khususnya pada pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo atas usaha-usaha meningkatkan citra polisi?
2. Bagaimana respon masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colomboterhadap usaha-usaha yangdilakukan polisi untuk meningkatkan citranya?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi yang dilakukan Humas Polrestabes Surabaya khususnya pada pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo atas usaha-usaha meningkatkan citra polisi.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana respon masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo terhadap usaha-usaha yang dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya.

TINJAUAN PUSTAKA

- **Hubungan Masyarakat**

Setiap organisasi pasti memiliki berbagai macam komponen di dalamnya. Dalam organisasi juga harus memiliki pemimpin dan anggota serta pembagian tugas yang baik dan adil kepada seluruh anggotanya. Hal ini dilakukan supaya sebuah organisasi itu bisa berjalan dengan lancar dalam mencapai visi dan misinya. Dalam memperoleh keberhasilan visi dan misi (cita-cita perusahaan atau lembaga), haruslah memiliki hubungan yang baik tak hanya pada internal organisasi melainkan juga dengan eksternal organisasi atau publiknya. Hal ini akan menjadikan sebuah organisasi atau lembaga semakin sukses karena adanya dukungan dari masyarakat. Salah satu anggotanya yang dapat menjadi perantara publik dengan organisasi/perusahaan agar terjalin hubungan baik adalah keberadaan *Public Relation* (PR). Sebagaimana definisi *Public Relation* menurut Sari (2017, hal.6) mengungkapkan bahwa PR yaitu

“fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas”.

Dalam penelitian ini berfokus pada humas pemerintahan atau yang biasa disebut dengan GPR (*Government Public Relations*) menurut sumber *kominfo.go.id* adalah sebuah program yang bertugas untuk memastikan apakah masyarakat luas mengetahui apa yang dilakukan pihak pemerintah dan turut serta dalam pembenahannya. Dimana disini pemerintah khususnya kepolisian berperan sebagai penentu agenda atas isu-isu yang beredar di masyarakat untuk membangun kepercayaan publik terhadap pihak kepolisian (mencapai citra yang baik). Karakteristik organisasi pemerintah dengan perusahaan juga memiliki perbedaan yaitu dari aspek tujuan organisasinya, sumber pendanaannya, bagaimana pertanggung jawabannya, struktur organisasinya dan lain-lain. Perbedaan yang paling umum adalah organisasi perusahaan swasta memiliki tujuan yaitu mencari keuntungan, sedangkan organisasi pemerintah tidak. Kemudian pertanggung jawaban organisasi pemerintah yaitu kepada masyarakat itu sendiri sedangkan organisasi perusahaan swasta bertanggung jawab pada pemegang saham dan kreditor. Begitu pula dengan struktur organisasi pemerintah yang cenderung kaku dan memiliki hierarki, dan pada organisasi perusahaan swasta lebih fleksibel.

Kesimpulan dari pemahaman terhadap *Public Relation* atau Humas diatas yaitu merupakan perantara antara perusahaan atau organisasi atau lembaga dengan publiknya agar tercapai *mutual understanding* atau sikap saling pengertian dengan membina hubungan yang baik antar perusahaan dan masyarakat, namun karakteristik organisasi pemerintah dan perusahaan disini memiliki perbedaan yang artinya humas pada keduanya juga berbeda dalam membangun citra yang positif suatu perusahaan atau lembaga kepada masyarakat dan itu semua dilakukan semata-mata untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat sebagaimana dalam penelitian ini yang ingin mengetahui bagaimana strategi humas polisi atas usaha-usaha meningkatkan citra polisi terkait kasus pungutan liar (pungli).

- **Strategi Humas**

Menjadi seorang *Public Relations* (PR) / Humas memiliki tugas dan tanggung jawab yang berat. Salah satunya adalah memecahkan masalah yang ada dalam organisasi atau perusahaan. *Public relations* melakukan proses sebanyak empat langkah untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi dalam lingkungan organisasi atau perusahaan sebagaimana yang diutarakan oleh Cutlip dkk (2009, hal.321) sebagai berikut:

1. *Fact Finding*

Langkah pertama yaitu *fact finding*, dimana langkah ini praktisi PR harus mampu mencari tahu tentang pengetahuan, bagaimana opini yang ada, sikap, perilaku orang-orang yang berkepentingan dan terpengaruhi oleh tindakan perusahaan, kebijakan sebuah organisasi atau perusahaan. Pada intinya tahapan pertama ini adalah mengetahui betul “apa yang sedang terjadi saat ini?”. Pencarian data atau fakta ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara, *survey*, *polling* agar dapat mempermudah pemecahan masalah.

2. *Planning and Programming*

Langkah kedua yaitu *planning and programming*. Dimana setelah PR berhasil menemukan data atau masalah yang sedang dihadapi pada *fact finding*, maka langkah selanjutnya adalah menyusun perencanaan dan pemrograman. Intinya adalah PR tahu “apa yang harus kita lakukan dan mengapa kita perlu melakukannya?” terkait keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi.

3. *Communication*

Selanjutnya langkah ketiga adalah komunikasi. Seorang PR harus mampu mengkomunikasikan bagaimana pelaksanaan program dari organisasi atau perusahaannya, sehingga dapat mempengaruhi sikap dan opini publiknya yang nantinya akan membuat publik mendukung pelaksanaan program tersebut. Intinya dalam tahap ketiga ini harus tahu betul “siapa yang akan mengkomunikasikan dengan publik, dimana, kapan, dan bagaimana caranya?”. Tentunya dengan mengacu pada tahap *planning and programming* agar penyampaiannya sama dan tidak menimbulkan efek yang berbeda.

4. *Evaluation*

Langkah yang terakhir adalah langkah evaluasi dalam proses PR. Evaluasi disini adalah kegiatan yang melakukan penilaian dari langkah awal sampai

akhir, “apa saja yang telah dilakukan? Apakah hasilnya baik?” dari program-program yang sudah direncanakan di awal. Apabila hasilnya baik akan terus dipertahankan, namun jika hasilnya buruk akan dirubah lagi agar semakin lebih baik bahkan dapat juga dihentikan.

Salah satu tugas yang seharusnya dimiliki oleh seorang PR selain 4 proses diatas yaitu kreativitas yang tinggi. Misalnya seorang PR mempunyai strategi yang menarik dalam mempromosikan barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan/organisasi kepada konsumen. Selain kreatifitas, seorang PR juga harus memiliki inovasi dan kemampuan *lobbying* yang kuat. Misalnya dalam hal inovasi untuk mempertahankan citra yang positif di mata masyarakat dan untuk kemampuan *lobbying* harus dapat mempengaruhi pihak tertentu agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sebagaimana Oliver (2007, hal.3) menjelaskan bahwa strategi adalah “*sebuah cara atau proses yang digunakan organisasi untuk mencapai misinya*” atau juga dapat dikatakan sebagai cara untuk mencapai tujuan perusahaan atau lembaga. Selain itu yang paling penting dalam menerapkan strategi komunikasi, seorang PR harus mampu mengembangkan komunikasi yang baik untuk menjalin organisasi dengan publik dengan cara menjaga komunikasi kepada atasan maupun bawahan (secara vertikal), menjaga komunikasi dengan yang kedudukannya sejajar misalnya dengan sesama anggota-anggota (secara horizontal), dan komunikasi dengan masyarakat yang ada di luar organisasi (komunikasi keluar). Komunikasi yang baik diantara ketiganya akan membuat kegiatan kehumasan menjadi lebih efektif dan sesuai dengan visi, misi yang ingin dicapai organisasi.

Sedangkan pengertian strategi menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen (2003, hal. 4) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Strategi* yaitu rangkaian keputusan dan kegiatan yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam masa yang panjang. Kemudian menurut Arifin (1984, hal. 59) mengungkapkan bahwa strategi adalah suatu tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kesimpulan dari pengertian strategi menurut ahli bahwasanya strategi merupakan suatu aksi yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dan tentunya telah melalui proses yang panjang. Sedangkan pengertian strategi humas yaitu merupakan suatu kegiatan atau aksi yang dilakukan dan telah melalui proses panjang untuk mencapai suatu tujuan sebuah organisasi. Perumusan strategi humas ini dapat dilihat dari visi dan misi sebuah

perusahaan atau organisasi tersebut. Sedangkan pengertian usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “*sebuah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.*” Persamaan antara strategi humas dan usaha yaitu sama-sama ingin mencapai suatu maksud, namun strategi dilakukan melalui proses yang panjang dan dirumuskan sesuai dengan cita-cita masing-masing organisasi.

- **Citra Organisasi**

Sutisna (2001, hal.83) mengungkapkan “*citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu*”. Berdasarkan pendapat menurut ahli diatas dapat disimpulkan bahwa citra memang niat dibentuk oleh perusahaan atau organisasi agar dapat menimbulkan anggapan pada suatu objek terhadap objek yang lain. Citra disini dapat dibentuk dengan cara memproses informasi setiap waktu dan berasal dari sumber yang terpercaya (misalnya dari perusahaan itu sendiri atau dari pihak-pihak lain), dan dari sinilah dapat terjadi perubahan citra pada objek dari adanya penerimaan berbagai informasi memberikan dasar penerimaan atau penolakan sebuah informasi. Tugas Humas dalam membangun citra institusi atau perusahaan yaitu seharusnya dapat memberikan tanggapan-tanggapan tentang pemberitaan negatif yang tersebar di masyarakat yang tentunya akan merugikan institusi atau pemerintah tersebut dan Humas juga harus dapat mengonfirmasi kebijakan dari institusi atau pemerintah agar dapat membentuk citra yang positif dan memperoleh kembali kepercayaan dari masyarakat (Lukmanuddin, 2016). Sebagaimana juga pada humas Polrestabes Surabaya (Satpas Colombo) dalam menanggapi tanggapan pemberitaan negatif yang tersebar di masyarakat tentang citra polisi yang menurun karena adanya kasus pungli agar nantinya tidak membuat rugi pihak kepolisian. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa keberadaan seorang humas / PR disini penting dalam sebuah organisasi.

- **Respon**

Respon menurut Rakhmat (1999, hal.51) merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dikarenakan adanya suatu pemicu atau dapat pula didefinisikan sebagai sebuah kesan yang tertinggal di benak masing-masing individu dari sebuah pengalaman sehingga dapat menafsirkan informasi. Peneliti ingin melihat bagaimana respon

masyarakat yang memiliki pengalaman dalam menggunakan jasa pelayanan SIM Satpas Colombo. Sehingga nantinya adanya respon dari masyarakat ini dapat menjadi acuan untuk pihak kepolisian bagaimana mengembangkan komunikasi yang baik untuk menjalin organisasi dengan publik agar visi, misi, cita-cita organisasinya tercapai.

METODOLOGI PENELITIAN

- **Pendekatan Penelitian**

Nasution (2003, hal.5) mengungkapkan bahwa pendekatan kualitatif "*pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi, dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya*". Peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif karena ingin menjelaskan atau menganalisis lebih rinci terhadap fenomena atau kejadian yang diamati dengan memakai logika ilmiah. Pendekatan kualitatif juga digunakan untuk memperoleh informasi tentang bagaimana strategi dan usaha-usaha yang dilakukan oleh humas Polrestabes Surabaya khususnya pada pelayanan SIM / Satpas Colombo dalam meningkatkan citra polisi serta untuk mengetahui respon masyarakat di Surabaya yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo Surabaya terhadap strategi dan usaha yang dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya.

- **Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah deskriptif seperti yang diungkapkan oleh Azwar (2016) bahwa tipe penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan secara sistematis, berdasarkan fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu. Tipe penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai suatu variabel mandiri dengan tidak membandingkannya dengan variabel lain dan juga pendekatan deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan secara rinci bagaimana strategi humas (hubungan masyarakat) yang dilakukan oleh divisi Humas dan masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan jasa layanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo dalam meningkatkan citra polisi.

- **Metode Penelitian**

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Strategi Humas Polrestabes Surabaya yang dilakukan oleh divisi humas khususnya pada pelayanan

SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo sebagai objek studi kasus yang hendak diteliti. Studi kasus memiliki pengertian menurut Wibowo (1984, hal.79) menjelaskan bahwa “*studi kasus adalah suatu teknik untuk mempelajari keadaan dan perkembangan seseorang secara mendalam dengan tujuan untuk mencapai penyesuaian diri yang lebih baik*”. Tugas seorang peneliti yang menggunakan metode studi kasus ini adalah peneliti harus berusaha mendapatkan informasi atau data sebanyak mungkin tentang subjek penelitian yang nanti akan dianalisis.

- **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Satpas Colombo SIM yang berada di Jalan Ikan Kerapu No. 2-4, Perak Barat, Krembangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia – Kode pos 60177. Lokasi ini dipilih peneliti karena sesuai dengan topik permasalahan penelitian yang menjelaskan bahwa masih banyak isu pungli, calo dan oknum pada lokasi ini seperti yang sudah dijelaskan pada latar belakang masalah.

- **Teknik Menentukan Informan**

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang memiliki kriteria, misalnya memahami berbagai informasi tentang topik penelitian supaya informasi atau data tersebut dapat bermanfaat untuk penelitian. Setelah menentukan kriteria, peneliti akan menggunakan teknik dalam menemukan informan yaitu dengan sengaja atau niat dengan menetapkan informan dengan kriteria-kriteria tertentu. Informan atau narasumber untuk penelitian ini yaitu Humas pelayanan SIM / SATPAS (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo, yaitu Bapak BRIPKA Okta Prastiadi (pihak Humas sekaligus sebagai BAURMIN REGIDENT SIM Satpas Colombo) dengan melakukan wawancara *in-dept interview*. Informan dipilih karena merupakan individu yang bekerja langsung dalam penerapan humas (hubungan masyarakat) atau PR Satpas Colombo dan juga peneliti hanya diperbolehkan menggali informasi lebih dalam hanya dengan perantara humasnya saja karena ada hierarki yang berlaku. Selain itu peneliti juga akan mewawancarai sejumlah 10 informan lain yaitu masyarakat yang pernah menggunakan jasa Satpas Colombo dalam membuat SIM dengan data diri yang bervariasi. Wawancara dengan kesepuluh masyarakat ini juga dilakukan menggunakan panduan wawancara yang telah dibuat dengan menanyakan pertanyaan saringan terlebih

dahulu apakah informan sudah memenuhi persyaratan yaitu individu yang sudah pernah menggunakan jasa pelayanan SIM Satpas Colombo, baik laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 17-60 tahun dan bertempat tinggal atau memiliki KTP Surabaya, dengan pendidikan minimal yaitu sekolah menengah atas (SMA). Apabila persyaratan telah dipenuhi makadilakukan wawancara. Wawancara yang dilakukan kepada sepuluh masyarakat ini guna memperoleh data tentang respon mereka terhadap strategi dan usaha yang dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya.

- **Instrumen Penelitian**

Peralatan atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara yang mana didalamnya terdapat beberapa pertanyaan untuk ditanyakan secara mendalam kepada informan/narasumber baik divisi humas Polrestabes dan kepada sepuluh (10) masyarakat (informan) yang bervariasi di Surabaya yang pernah menggunakan jasa pelayanan SIM / Satpas (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo. Selain itu, peneliti juga menggunakan alat bantu perekam suara dan kamera untuk dokumentasi foto.

- **Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data adalah proses untuk mengumpulkan berbagai hal yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan empat (4) teknik pengumpulan data, yaitu Wawancara *In-Depth Interview*, Observasi, Tinjauan Literatur, Dokumentasi.

- **Teknik Analisis Data**

Miles dan Huberman (1984) juga mengungkapkan bahwa analisis data kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai akhir atau sampai selesai. Analisis data kualitatif dilakukan jika data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kata-kata atau kalimat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini meliputi transkrip hasil wawancara, analisis, interpretasi data.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Pada bab ini yaitu analisis dan interpretasi pada data yang berupa transkrip hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan. Jumlah informan seluruhnya sebanyak sebelas orang dimana satu diantaranya adalah Humas dan Baurmin Regident Satpas Colombo

Surabaya dan sepuluh lainnya terdiri dari masyarakat yang pernah menggunakan jasa Satpas Colombo dalam hal kepengurusan surat izin mengemudi (SIM). Sepuluh informan tersebut bervariasi yaitu usia belia hingga lanjut usia, pekerjaan mereka juga berbagai macam, dan tentunya memiliki pengalaman yang berbeda-beda pula saat melakukan pengurusan SIM di Satpas Colombo Surabaya. Pemilihan informan diatas ditentukan oleh peneliti dengan pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, dengan artian peneliti memang dengan sengaja atau niat memilih sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai untuk diteliti sehingga nantinya diharapkan mampu menjawab permasalahan penelitian.

Peneliti melakukan wawancara informan terlebih dahulu dengan pihak humas dan Baurmin Regident Satpas Colombo Surabaya. Hal ini dilakukan peneliti untuk mengetahui strategi dilakukan humas Satpas Colombo pada pelayanan SIM atas usaha-usaha meningkatkan citra kepolisian. Setelah wawancara dengan pihak humas, kemudian peneliti mendapatkan data hasil wawancara yang nantinya data tersebut akan ditanyakan kepada sepuluh informan yang pernah menggunakan jasa pelayanan Satpas Colombo untuk mengetahui repon masyarakat terhadap strategi dan usaha yang telah dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya. Setelah selesai wawancara dengan pihak humas, peneliti berlanjut mencari informan dari masyarakat sebanyak sepuluh orang dengan cara bertanya langsung. Wawancara yang dilakukan kepada sepuluh masyarakat ini guna memperoleh data tentang respon mereka terhadap strategi dan usaha yang dilakukan polisi untuk meningkatkan citranya.

- **Strategi Humas Satpas Colombo dalam Meningkatkan Citra**

Strategi humas menurut Adnanputra dalam Ruslan (2012, hal.134) yaitu jalan lain yang dipilih untuk dilakukan yang berguna untuk mencapai tujuan dalam suatu rencana humas atau *public relations*. Strategi juga dapat disebut dengan sebuah rencana yang menyeluruh dan terpadu yang berisikan tentang kegiatan- kegiatan utama suatu instansi yang mana kegiatan tersebut nantinya akan menentukan keberhasilan mencapai tujuan utama atau misinya (Oliver, 2007). Strategi dibentuk oleh perusahaan atau instansi untuk mencapai tujuan tertentu sebuah instansi. Tujuan dari adanya strategi humas ini adalah untuk membangun citra yang baik di masyarakat dan mendukung kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan berbagai pihak yang terkait. Humas melaksanakan strategi sesuai dengan empat proses atau empat langkah untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi yaitu masih banyaknya kasus pungutan liar oleh calo maupun oknum dalam lingkungan organisasi. Berikut tahapannya yaitu *Fact Finding, Planning and Programming, Communication* dan *Evaluation* di bawah ini (Sumber: <http://annualreport.id/kiat-strategi/empat-langkah-strategis-humas> diakses pada 17 Mei 2019 pukul 04.20 WIB).

a. ***Fact Finding***

Langkah pertama yaitu *fact finding*, pada langkah pertama ini, seorang humas harus mampu mencari tahu tentang fakta apa yang terjadi yang berhubungan dengan organisasi. Pencarian fakta ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara, *survey*, *polling* agar dapat mempermudah pemecahan suatu masalah (Cutlip, 2009). Peneliti melakukan wawancara dengan pihak humas Satpas Colombo Surabaya. Peneliti melakukan wawancara dengan Humas Satpas Colombo Surabaya untuk mencari tahu fakta yang terjadi yang berhubungan dengan organisasi, dimana citra polisi yang masih buruk di masyarakat memang benar yang menjadi masalah utama. Bripka Okta Prastiadi juga menjelaskan bahwa dengan adanya masalah citra buruk ini, dikarenakan masyarakat juga tidak siap berubah, masih terpaku pada budaya lama khususnya pada instansi pemerintahan, sehingga hal ini masih tersebar di masyarakat bahwa polisi masih menerima jalur belakang atau membantu orang-orang yang membutuhkan jasa mengurus SIM secara cepat asal ada uang atau dengan kata lain dapat disuap seperti pemaparan Bripka Okta di bawah ini.

“Masih banyak instansi pemerintah yang masih belum siap terhadap perubahan ini. Instansi tersebut pola pikirnya masih sama seperti yang dulu. Misalkan dari instansi tentara atau TNI yang masih menganggap bahwa polisi masih bisa disuap untuk kepengurusan disini. Akhirnya terjadi benturan kepentingan publik disitu.” (Okta Prastiadi, Wawancara, 8 Maret 2019).

b. ***Planning and Programming***

Strategi dan usaha-usaha yang dilakukan Humas POLRESTABES Surabaya khususnya pada pelayanan SIM atau SATPAS (Satuan Penyelenggara Administrasi SIM) Colombo dalam meningkatkan citra polisi yang masih buruk di mata masyarakat adalah dengan dimulai dari berubahnya sistem pelayanan menjadi lebih baik. Apabila bukan pemohon SIM, sekalipun itu anggota pasti dilarang masuk, karena ada petugas bersenjata yaitu SABHARA (Samapta Bhayangkara) yang akan berjaga di depan dan dibantu juga oleh KASIWA dan KASIPROPAM (divisi profesi dan pengamanan) untuk pengawasan dan pengendalian. Kemudian, setelah melewati persyaratan saat pintu masuk pasti diberikan *RFID Card* atau singkatan dari *Radio Frequency Identification*. Kartu yang diberikan ini memiliki sistem identifikasi tanpa adanya kabel yang berguna untuk pengambilan data para pemohon SIM tanpa harus bersentuhan berupa *barcode*, fungsi *barcode* ini sebagai sarana untuk mempermudah saat memasukkan data secara otomatis dengan membaca kode, *RFID Card* yang diberikan digunakan para pemohon untuk membuka pintu Loker 1 sampai Loker 5. Dengan artian bahwa orang-orang yang tidak berkepentingan tidak akan mendapatkan akses berupa

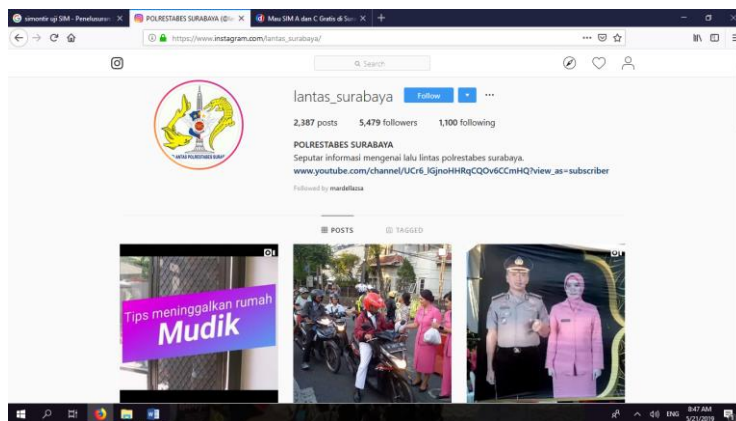
RFID Card untuk membuka loket 1 yang ada pada tahap awal, hingga loket 5 yaitu loket terakhir pengurusan SIM selesai. Hal ini juga yang membuat calo dan oknum yang tidak bertanggung jawab nantinya diharapkan semakin berkurang bahkan bersih dari pungutan liar. Selain sistem pelayanannya yang berubah, Satpas Colombo juga memiliki strategi meningkatkan citranya dengan mengembangkan berbagai inovasi berbasis digital salah satunya yaitu aplikasi *Android* bernama *E-SIM* (Elektronik SIM). Aplikasi ini dibuat dengan tujuan agar masyarakat dapat melakukan pendaftaran dan perpanjangan SIM secara efisien dengan langsung mengakses secara *online E-SIM* dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone Android* masing-masing tanpa perlu mengambil langsung formulir di lokasi Satpas Colombo. Kemudian yang kedua setelah adanya *E-SIM*, kepolisian juga memiliki sistem SIMONTIR (Sistem Monitoring Uji Praktik SIM Berbasis Digital) yaitu teknologi yang diaplikasikan saat ujian praktik berlangsung, khususnya untuk roda dua (sepeda motor) yang hasilnya dapat diketahui secara langsung sehingga dapat mengurangi celah bagi para pemohon dan oknum-oknum untuk berbuat curang dan diharapkan yang nantinya lulus adalah orang-orang yang benar-benar dapat mengendarai kendaraan bermotor dengan baik dan menaati peraturan lalu lintas ketika berkendara.

Strategi ketiga yang dimiliki adalah dengan memberikan pelayanan SIM gratis saat hari-hari atau perayaan tertentu khusus untuk pemohon baru seperti saat 17 Agustus untuk memperingati Hari Kemerdekaan dengan tujuan memupuk rasa persatuan, kesatuan dan nasionalisme. Kemudian ada juga strategi lainnya yaitu dengan memaksimalkan Mall Pelayanan Publik yang berada di Gedung Siola Kota Surabaya khusus untuk pemohon yang ingin memperpanjang SIM, dengan kelebihan Mall ini tidak perlu antre lama, dan memiliki harga yang relatif murah dan setelah mengurus perpanjangan SIM, masyarakat juga dapat menikmati gedung ini dengan berjalan-jalan. Strategi yang kelima adalah “Polisi Suroboyo Sobo Kelurahan”. Polisi ingin melayani masyarakat lebih dekat lagi dengan mewujudkan bus yang berkeliling ke Kelurahan di Surabaya dan akan *standby* di Kantor Kelurahan dan layanannya beroperasi pada pukul 16.00 sampai 20.00 WIB. Bus ini melayani SPKT (Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu) untuk pelayanan pertama atas aduan dan bantuan untuk masyarakat, dapat juga melayani perpanjangan SKCK (Surat Keterangan Catatan Kepolisian), dan perpanjangan SIM.

c. ***Communication***

Selanjutnya langkah ketiga adalah komunikasi. Seorang humas harus mampu mampu melaksanakan atau bertindak sesuai program dari organisasi yang telah direncanakan. Tindakan yang dilakukan juga harus sesuai dengan fakta yang ada sehingga dapat mempengaruhi sikap dan opini publik dan nantinya publik juga akan mendukung pelaksanaan program tersebut (Cutlip, 2009). Humas juga harus melakukan bauran *public relations* yaitu *publications* atau menyebarluaskan informasi tentang kegiatan instansi melalui berbagai macam media agar masyarakat tahu (Nova, 2009). Dalam melaksanakan berbagai macam strategi diatas, yaitu untuk mengkomunikasikan strategi yang dilakukan agar masyarakat mengetahui adalah dengan menggunakan sosial media yaitu *Instagram @lantas_surabaya*.

“Lewat media sosial yang sekarang hampir seluruh lapisan masyarakat gunakan yaitu Instagram, dari humas kita mendokumentasi dengan menggunakan *drone* lalu di *upload* di media sosial instagram yaitu *@lantas_surabaya*.” (Okta Prastiadi, Wawancara, 8 Maret 2019).



Gambar: Tampilan Laman Instagram Polrestabes Surabaya
Sumber : https://www.instagram.com/lantas_surabaya/ (diakses pada 22 Mei 2019 pukul 08.48 WIB).

Sedangkan strategi untuk menjaga hubungan baik atau komunikasi dengan media sudah tidak terlalu sering mengadakan pertemuan lagi karena pola media sekarang sudah berubah tidak seperti dulu.

“Program-program tadi tidak bisa *booming* atau dikenal masyarakat tanpa adanya media, kunci keberhasilannya ada di media (penting). Jadi kita memelihara hubungan dengan baik dengan media. Tapi sekarang ini pola media sudah berubah, karena mereka yang mencari-cari berita bukan kami yang mengundang. Wartawan bertanya ‘*pak ada kegiatan apa?*’ mereka lebih rajin mencari berita-berita.” (Okta Prastiadi, Wawancara, 8 Maret 2019).

Menurut Bripka Okta, Komunikasi adalah salah satu kunci utama dalam menjaga relasi atau hubungan baik dengan internal, media, dan masyarakat. Kalau dalam internal yaitu dengan mengadakan monitoring dan evaluasi setiap bulan, agar

tahu apabila terjadi hal-hal yang melenceng akan langsung ditindak, dapat berupa hukuman kurungan maupun demosi. Sedangkan menjaga hubungan dengan media sekarang sudah berubah, rata-rata justru awak media yang memaksa masuk dan bertanya apakah ada kegiatan yang dapat diliput.

d. *Evaluation*

Berikut adalah pemetaan informan 10 masyarakat dengan rentang usia 17-60 tahun yang mengetahui / tidak mengetahui, perempuan / laki-laki tentang responnya terhadap strategi humas Satpas Colombo atas usaha-usaha meningkatkan citranya. Dibuat berdasarkan variannya seperti di bawah ini:

a. Informan Perempuan

Informan perempuan mengatakan bahwa mereka belum mengetahui apa saja usaha-usaha kepolisian untuk memperbaiki citranya, namun informan perempuan tersebut merespon positif dan setuju dengan adanya inovasi digital ini asal pelaksanaannya selalu diawasi.

b. Informan Laki-Laki

Informan laki-laki mengatakan bahwa mereka mengetahui usaha-usaha kepolisian untuk memperbaiki citranya yang masih buruk dan mereka mengaku bahwa citra polisi saat ini sudah jauh lebih baik dari sebelumnya, sudah mulai bekerja sesuai dengan prosedur yang berlaku, menindak orang-orang yang berbuat salah. Informan laki-laki juga mendukung adanya inovasi berbasis digital yang nantinya dapat mengurangi masalah pungli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepolisian telah merubah mekanisme dan sistem pelayanannya menjadi lebih baik dengan didukung adanya aplikasi berbasis digital seperti E-SIM dan SIMONTIR, yang diharapkan nantinya dapat mengurangi pemohon SIM yang berbuat curang bahkan memberantas calo dan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Sedangkan untuk strategi yang diterapkan kepolisian masih banyak yang belum mengetahui sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui sehingga masih belum efektif untuk memberantas pungli, walaupun banyak masyarakat yang mendukung. Hal ini disebabkan karena kurangnya komunikasi untuk membangun pengertian bersama.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yaitu kepada peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema peran humas dalam meningkatkan citra perusahaan atau instansi agar penelitian ini menjadi salah satu rujukan yang dapat

membantu skripsi selanjutnya. Diharapkan pula pada penelitian selanjutnya, dapat menyajikan data dari masyarakat yang lebih beragam lagi agar data yang diperoleh lebih beragam dan lebih valid. Kemudian saran untuk Satpas Colombo Surabaya terkait dengan hasil analisis yaitu sebaiknya pihak Humas membuat *website* resmi sendiri yang fokus memuat berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat misalnya saja tentang informasi bagaimana prosedur membuat SIM bagi pemohon baru atau bagi yang ingin memperpanjang, dan lain sebagainya, selain itu harus lebih aktif lagi mempromosikan strategi dan usaha-usaha baik di sosial media maupun bersosialisasi langsung agar masyarakat dapat mengetahui strategi-strategi yang dilakukan. Selain kedua media tersebut, dapat juga ditambahkan media yang sedang banyak digunakan seluruh kalangan yaitu *YouTube*, dengan membuat *channel Youtube* yang menjadikan sebuah pengetahuan bagi masyarakat akan pentingnya menghindari korupsi. Kritik untuk pihak kepolisian Satpas Colombo juga harus serius dalam berubah, berubah bekerja profesional meninggalkan budaya korupsi dengan berani mengatakan tidak apabila tindakan tersebut jelas salah, tidak sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak terpuji. Kepolisian juga tidak boleh membedakan masyarakat berdasarkan kelas sosial, jabatan dan lain-lain atau kata lainnya adalah harus bersikap adil dalam melayani. Kepolisian juga harus tahu bagaimana mengembangkan komunikasi yang baik untuk menjalin organisasi dengan publik agar visi, misi, cita-cita organisasinya tercapai. Dengan begitu masyarakat dapat memiliki pandangan atau citra yang baik terhadap kepolisian khususnya dalam pengurusan surat-surat penting seperti SIM (Surat Izin Mengemudi). Terakhir yaitu saran untuk masyarakat adalah dengan mendukung adanya gerakan perubahan anti korupsi untuk meningkatkan citranya yang dilakukan oleh kepolisian, misalnya dengan mulai bersikap jujur dengan diri sendiri. Tidak melakukan pelanggaran dengan menggunakan calo maupun kenalan oknum-oknum polisi yang tidak bertanggung jawab dalam pengurusan surat-surat kendaraan bermotor.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya dilakukan di Surabaya dan belum tentu dapat merepresentasikan keadaan di daerah lain yang ada di Indonesia atau tidak dapat disamaratakan setiap daerah, karena beda lokasi penelitian akan beda pula masalah yang dihadapi. Selain itu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam mendapatkan informan karena dalam kepolisian yang diperbolehkan berhubungan dengan masyarakat, memberikan pernyataan-pernyataan apa yang terjadi di kepolisian adalah pihak humasnya saja, diluar itu peneliti tidak diperkenankan menggali informasi lebih lanjut karena ada hierarki yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohamad. (1982). *Penelitian Pendidikan dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M., ET AL. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Hunger, J. D. dan Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Instagram. (2019). *Tampilan Laman Instagram Polrestaes Surabaya*. Retrieved from https://www.instagram.com/lantas_surabaya/ (diakses pada 22 Mei 2019 pukul 08.48 WIB).
- Lukmanuddin. (2016, February 15). *Peranan Humas dalam Peningkatan Citra Pemerintah. Sulsel Prov*. Retrieved from <https://sulselprov.go.id/post/peranan-humas-dalampeningkatan-citra-pemerintah> (diakses pada 11 April 2018).
- Miles, B.M. dan Huberman, M. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nasution (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Purwanto, W. (2016, October 14). *Pungli, 10 Polisi Surabaya Dijatuhi Sanksi, Kapolrestabes: Kalau Ada Penyimpangan Laporkan Kami*. Retrieved from <http://surabaya.tribunnews.com/2016/10/14/pungli-10-polisi-surabaya-dijatuhi-sanksi-kapolrestabes-kalau-ada-penyimpangan-laporkan-kami> (diakses pada 5 April 2018).
- Rakhmat, J. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Purblic Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wibowo. (1984). *Studi Kasus*. Jakarta: Rineka Cipta.