

Upaya Humas Polda Kaltim Dalam Mempertahankan Citra Positif Pada Tahun 2022

Ariffanjaya Wicaksono¹, Johantan Alfando Wikandana Sucipta²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Koresponden Email: arriff88@gmail.com

Abstrak

Polda Kaltim, dikenal sebagai Kepolisian Daerah Kalimantan Timur, memiliki peran penting dalam menjaga keamanan dan ketertiban di Kalimantan Timur, Indonesia. Mereka juga aktif terlibat dalam penanganan kejahatan, termasuk perdagangan narkoba, kejahatan siber, dan tindak kriminal lainnya. Oleh karena itu, sebagai lembaga pemerintah, penting bagi mereka untuk memberikan informasi yang cepat, jelas, dan akurat kepada masyarakat untuk membangun Citra yang baik. Upaya kepolisian untuk menjaga Citra positif mereka sejalan dengan teori public relations yang dikemukakan oleh Rheinald Kasali. Mereka mengadopsi pendekatan strategis yang mengandalkan konsep-konsep komunikasi dari Model Lasswell dengan lima pertanyaan kunci yaitu siapa yang terlibat (*who*), apa yang disampaikan (*what is said*), melalui saluran apa (*communication channel*), kepada siapa (*to whom*), dan apa dampaknya (*what effect*). Penelitian ini bertujuan mengungkap upaya yang dilakukan oleh Humas Polda Kaltim dalam menjaga citra positif Polda Kaltim pada tahun 2022. Peneliti menggunakan teknik analisis data dan model interaksi yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman untuk mencapai tujuan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan Polri perlu memperhatikan aspek penting dalam komunikasi dengan masyarakat. Pertama, mereka harus memastikan bahwa personel memiliki integritas, kompetensi, dan moralitas yang tinggi. Kedua, pesan yang disampaikan kepada masyarakat harus akurat, transparan, relevan, dan menyoroti prestasi, layanan, serta komitmen Polri terhadap keamanan dan keadilan. Ketiga, Polri perlu memilih saluran komunikasi yang tepat. Keempat, pesan harus ditujukan kepada berbagai kelompok dalam masyarakat, dengan memahami kebutuhan dan kepentingan mereka. Terakhir, Polri harus memantau dampak dari pesan yang disampaikan untuk memastikan mereka mencapai tujuan dalam mempertahankan cira positif dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi Polri.

Kata Kunci : *Public Relations, Mempertahankan Citra Positif. Polda Kalimantan Timur*

Abstract

The East Kalimantan Police, known as the East Kalimantan Regional Police, has an important role in maintaining security and order in East Kalimantan, Indonesia. They are also actively involved in handling crimes, including drug trafficking, cybercrime, and other crimes. Therefore, as a government institution, it is important for them to provide fast, clear, and accurate information to the public to build a good image. The police's efforts to maintain their positive image are in line with the public relations theory put forward by Rheinald Kasali. They adopted a strategic approach that relied on the communication concepts of the Lasswell Model with five key questions, namely who is involved, what is said, through what channel, to whom, and what effect. This research aims to reveal the efforts made by the Public Relations of the East Kalimantan Police in maintaining a positive image of the East Kalimantan Police in 2022. Researchers used data analysis techniques and interaction models developed by Miles and Huberman to achieve the goals of this study. The results of the study show that the National Police needs to pay attention to important aspects in communication with the community. First, they must ensure that personnel have high integrity, competence, and morality. Second, the message conveyed to the public must be accurate, transparent, relevant, and highlight the achievements, services, and commitment of the National Police to security and justice. Third, the National Police needs to choose the right communication channel, Fourth, the message must be addressed to various groups in society, by understanding their needs and interests. Finally, the National Police must monitor the impact of the messages conveyed to ensure they achieve their goals in maintaining positive outcomes and public trust in the National Police institution.

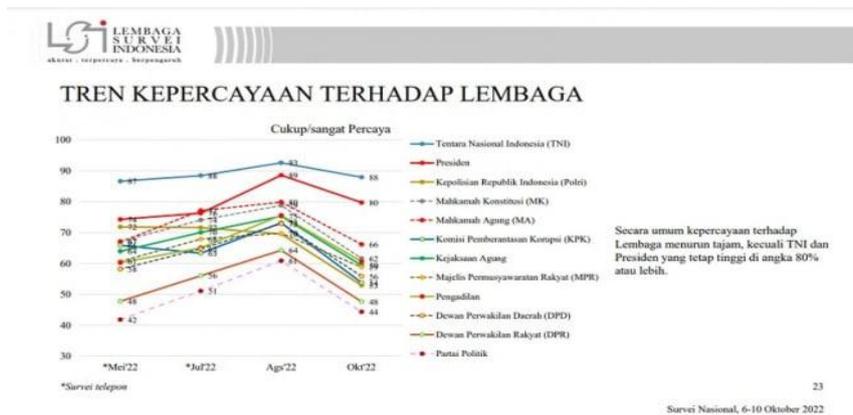
Keywords: *Public Relations, Maintaining a Positive Image. East Kalimantan Police*

PENDAHULUAN

Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah fungsi pemerintahan yang bertanggung jawab dalam memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat (Nisak, 2018). Polda Kaltim, atau Kepolisian Daerah Kalimantan Timur, adalah salah satu institusi penegak hukum yang berperan penting dalam menjaga keamanan dan ketertiban di wilayah Kalimantan Timur, Indonesia. Polda Kaltim memiliki latar belakang yang kaya seiring dengan perkembangan provinsi ini sejak didirikan pada tahun 1960. Selama bertahun-tahun, Polda Kaltim telah beradaptasi dengan berbagai perubahan sosial, ekonomi, dan politik di wilayahnya.

Tingkat kepercayaan publik terhadap Polri mencapai puncaknya pada tahun 2018 dengan angka 87,8 persen. Namun, setelah Pemilihan Presiden 2019, kepercayaan masyarakat terhadap polisi mengalami penurunan menjadi 72,1 persen, dan kasus Ferdy Sambo menyebabkan penurunan lebih lanjut hingga mencapai 59,1 persen. Penurunan ini mengakibatkan bertambahnya jumlah masyarakat yang meragukan Polri sebagai sebuah institusi. Kasus Ferdy Sambo juga mendapat perhatian mayoritas masyarakat Indonesia, dengan lebih dari 75 persen penduduk mengetahui atau mendengar tentang kasus tersebut, sebuah hal yang jarang terjadi dalam sejarah di mana sebuah kasus dikenal oleh sebagian besar populasi negara.

Menurut berita dari news.detik.com, Lembaga Survei Indonesia (LSI) telah merilis hasil survei tingkat kepercayaan publik terhadap berbagai lembaga negara. Hasil survei tersebut menunjukkan tingkat kepercayaan publik terhadap beberapa lembaga seperti TNI (Tentara Nasional Indonesia) sebesar 88%, Presiden sebesar 80%, Mahkamah Agung memiliki tingkat kepercayaan sebesar 66%, diikuti oleh Mahkamah Konstitusi yang juga memiliki tingkat kepercayaan sebanyak 66%. Pengadilan memiliki tingkat kepercayaan sebanyak 60%, sedangkan Kejaksaan Agung juga memiliki tingkat kepercayaan sebanyak 60%. MPR mendapat tingkat kepercayaan sebanyak 59%, sementara DPD memiliki tingkat kepercayaan sebesar 56%. KPK memiliki tingkat kepercayaan sebesar 54%, sementara Polri memiliki tingkat kepercayaan publik sebesar 53%. Di urutan paling bawah, terdapat lembaga DPR dengan tingkat kepercayaan sebesar 48%, dan Partai Politik dengan tingkat kepercayaan sebanyak 44%. Dari hasil survei tersebut, Kepolisian masih berada di peringkat ketujuh, di bawah dua lembaga lainnya dalam hal kepercayaan publik.



Gambar 1 Tingkat Kepercayaan Institusi Negara
(Sumber : Lembaga Survey Indonesia tahun 2022)

Akibat peristiwa ini, terjadi penurunan yang signifikan dalam kepercayaan masyarakat terhadap Polri sebagai institusi. Hal ini menimbulkan perhatian yang penting bagi Polri untuk mengatasi masalah kepercayaan ini. Di sinilah peran Public Relations atau Humas menjadi sangat diperlukan (Rosmala, 2023).

Strategi Humas terdiri dari dua tahap, yaitu komponen sasaran dan komponen sarana. Biasanya, komponen sasaran adalah para stakeholder dan publik yang memiliki kepentingan yang

serupa. Sasaran umum ini kemudian disempitkan secara struktural dan formal melalui upaya segmentasi. Segmentasi didasarkan pada sejauh mana sasaran tersebut memiliki opini bersama, potensi polemik, dan pengaruhnya terhadap masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan, dan produk yang menjadi fokus perhatian sasaran khusus. Sasaran khusus di sini mengacu pada publik yang menjadi target spesifik (Putra, 2014).

Dalam perkembangan terkini, Polda Kaltim terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada masyarakat melalui inovasi teknologi dan pendekatan komunitas. Mereka juga terlibat dalam upaya pencegahan dan penanganan bencana alam yang sering terjadi di wilayah ini, seperti banjir dan kebakaran hutan. Polda Kaltim tetap menjadi bagian integral dari perkembangan Kalimantan Timur, menjadikannya salah satu kekuatan yang memastikan ketertiban dan keamanan di wilayah ini.

Keberhasilan sebuah organisasi dipengaruhi oleh Citra positif yang mereka miliki. Perusahaan atau lembaga bertanggung jawab untuk mempertahankan Citra mereka di mata masyarakat luas guna menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi di kalangan publik. Citra sebuah lembaga atau organisasi dapat terwujud dengan cara memberikan informasi yang cepat, jelas, dan akurat kepada publik. Hal ini bertujuan agar informasi tersebut dapat dipercaya dan mudah dipahami oleh masyarakat. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, tidak selalu ada Citra yang positif, karena terkadang mereka menghadapi pasang surut yang dipengaruhi oleh krisis opini publik yang berdampak negatif pada Citra organisasi tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima oleh individu. Citra merupakan kesan yang dimiliki seseorang berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya terhadap fakta atau kenyataan. Dengan kata lain, Citra merupakan kesan yang terbentuk dalam pikiran masyarakat berdasarkan pesan yang diterima, dan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut menentukan apakah pesan berhasil diterima atau tidak oleh publik. Media diartikan sebagai perantara, pengirim, atau penyalur pesan. Media merupakan saluran yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (Romadhan, 2020).

Memahami cara berkomunikasi dengan pihak yang ingin berhubungan dengan kita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra suatu lembaga, terutama dalam era teknologi canggih yang sangat berpengaruh saat ini. Citra yang menarik menjadi kunci penting dalam mempertahankan eksistensi, baik secara personal maupun institusional. Dalam konteks Polda Kaltim, fungsi dan peran Humas memiliki peran penting dalam memperbaiki Citra negatif terkait kinerja kepolisian dalam menangani kasus-kasus besar yang berdampak luas pada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang strategi yang dilakukan oleh Humas dalam memperbaiki Citra negatif terkait kasus-kasus yang telah dijelaskan sebelumnya kepada masyarakat, serta memberikan kesan yang baik dan menguntungkan. Jika Citra tersebut tidak dibangun dan dikelola dengan baik oleh Humas, dapat berkembang menjadi Citra negatif yang merugikan pemerintahan tersebut.

KERANGKA KONSEP

Pengertian Public Relation

Public Relations telah mengalami perkembangan pesat, tetapi tingkat perkembangannya bervariasi di setiap negara, baik dalam bentuk maupun kualitasnya. Proses perkembangan *Public Relations* sangat dipengaruhi oleh kompleksitas situasi sosial dalam masyarakat. *Public Relations* adalah pendekatan strategis yang mengandalkan konsep-konsep komunikasi, seperti yang diungkapkan oleh Rheinald Kasali (2019).

Menurut definisi dari *International Public Relations Associations (IPRA)*, *Public Relations* (PR) merupakan fungsi manajemen yang berkelanjutan yang dilakukan oleh organisasi dan lembaga swasta atau publik dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman, simpati, dan dukungan dari pihak terkait atau mungkin memiliki hubungan dengan penelitian opini publik di antara mereka, sebagaimana disebutkan oleh Soemirat (2017). Frazier Moore, dalam bukunya "Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi," mendefinisikan Public Relations sebagai filsafat sosial dan manajemen yang diwujudkan dalam kebijakan beserta pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka terhadap peristiwa-peristiwa dengan melibatkan komunikasi dua arah dengan publik, dengan upaya untuk mencapai pemahaman saling-menyaling dan itikad baik (2019).

Pengertian Humas

Hubungan Masyarakat atau Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pengembangan serta pemeliharaan komunikasi yang saling terjalin antara organisasi dengan publiknya. Ini melibatkan berbagai kegiatan komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerjasama. Public Relations juga membantu manajemen menghadapi masalah dan tantangan yang muncul, serta membantu mereka dalam menghadapi opini publik. Selain itu, fungsi ini mendukung manajemen dalam memahami dan memanfaatkan perubahan dengan efektif. Kehadiran unit Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Polri merupakan suatu keharusan di dalam struktur pemerintahan. Humas bertugas memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai peraturan dan undang-undang serta segala hal yang berdampak pada kehidupan mereka.

Citra

Menurut Doney dan Cannon (1997), Citra perusahaan adalah kaitan antara sejarah atau latar belakang perusahaan, terutama dalam konteks hubungannya dengan pihak lain, dan apakah hubungan tersebut positif atau negatif. Citra perusahaan merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Citra atau citra perusahaan menjadi penting karena mencerminkan sikap dan kepercayaan terhadap kesadaran merek dan citra tersebut.

Konsep Komunikasi

Dengan memakai filosofi Komunikasi Laswell metode yang bagus buat mendeskripsikan komunikasi untuk menanggapi pertanyaan-pertanyaan selanjutnya: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* ataupun siapa, berkata apa, dengan saluran apa, pada siapa, dengan akibat gimana, (Effendy, 2018: 30).

Apabila diamati lebih lanjut, arti dari bentuk Lasswell bisa diamati selaku selaku selanjutnya:

1. *Who* (Siapa/sumber)
Siapa yang bisa dimaksud selaku basis ataupun perantara, ialah pelakon ataupun pihak yang berbicara. Bisa berbentuk perseorangan, golongan, kelompok ataupun negeri selaku alatnya.
2. *Says What* (pesan)
Dibilang menerangkan apa yang dikomunikasikan ataupun dikirimkan pada biasa (akseptor), oleh biasa (basis), ataupun isi data. Semacam ilham, catatan pula bisa diterjemahkan ke pada kode-kode simbolik, semacam bahasa ataupun ciri, yang terdiri dari pengawasan ataupun bagian, isi, pemrosesan, serta isyarat. Isi catatan yang di informasikan bisa berbentuk wawasan serta data.
3. *In Which Channel* (saluran/media)
Perlengkapan buat mengantarkan catatan dari komunikator (basis) pada komunikator (akseptor), bagus dengan cara langsung (lihat wajah) ataupun tidak langsung (melewati alat cap atau elektronik), semacam perkataan, aksi badan, gesekan, kontak mata, radio, tv, pesan, novel serta lukisan.
4. *To Whom* (siapa/penerima)
Arti dari *to whom* ini merupakan seseorang yang menyambut catatan dari komunikasi bisa berarti golongan, orang, kelompok ataupun negeri yang menyambut catatan dari basis. Perihal itu bisa diucap misi (*destination*), pemirsa (*listener*), khalayak (*audiens*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).
5. *With What Effect* (efek/dampak)
Dampak ataupun akibat yang terjalin dalam komunikator (akseptor) sehabis menyambut catatan dari basis, semacam pergantian tindakan serta kenaikan wawasan. Persoalan mengenai akibat pemberitahuan ini bisa ditanyakan dengan 2 metode, ialah apa yang mau digapai serta apa yang hendak dicoba orang selaku hasilnya dari komunikasi.

Dengan arti supaya bisa dipakai selaku materi pegangan serta alas berikutnya pada penyusunan skripsi ini. (Fiske, 2017: 50).

Definisi Konseptual

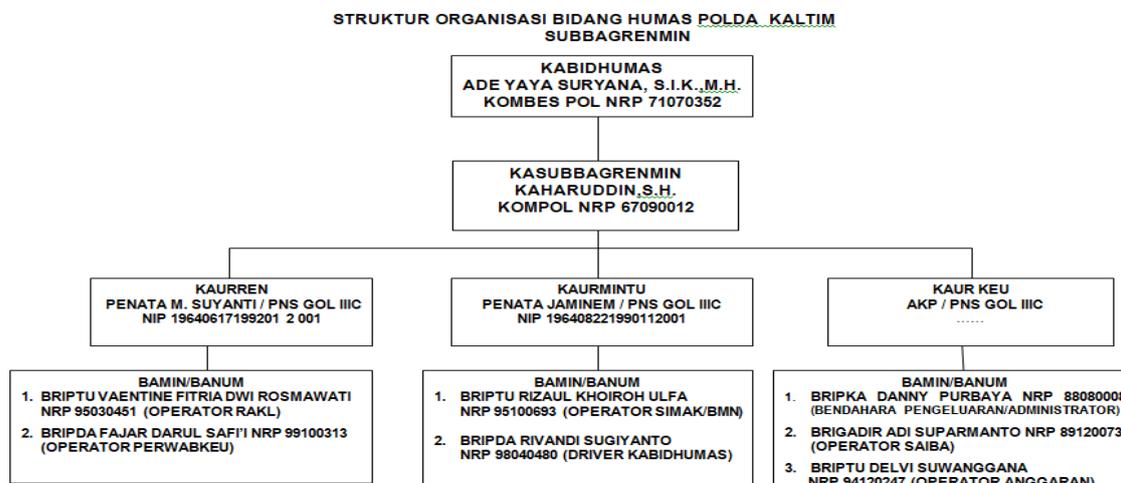
Dalam upaya meningkatkan Citra positif, Humas Polda kaltim berusaha mendekati diri dengan masyarakat melalui program-program yang telah dijalankan dengan melakukan pendekatan dengan melibatkan tokoh masyarakat, tokoh pemuda dan tokoh politik untuk meningkatkan Citra tersebut. Analisis data akan diinterpretasikan menggunakan kata-kata atau daftar pertanyaan.

Penelitian ini akan menggunakan Model Lasswell, sebuah model dalam komunikasi massa. Mofel ini memperhitungkan banyak saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam model ini, ada lima pertanyaan yang diajukan dan dijawab ketika mempelajari proses komunikasi, yaitu: siapa (*who*), apa yang dikatakan (*what is said*), dalam saluran apa (*communication channel*), kepada siapa (*to whom*), apa efeknya (*what effect*).

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setiap Institusi/Lembaga pemerintah masing-masing memiliki struktur organisasi yang telah diatur atau ditetapkan, termasuk institusi POLRI. Dalam intitusi Polri, terdapat beberapa tingkatan seperti Mabes, Polda, Polres hingga Polsek dimana tiap tingkatan tersebut memiliki tugas pokok dan fungsi berbeda- beda. Struktur organisasi di tingkat Kepolisian Daerah (Polda) diatur Peraturan Kapolri (Perkap) nomor 22 tahun 2010 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja (SOTK) pada tingkat Polda, adapun struktur organisasi Humas adalah sebagai berikut:



**Gambar 2 Struktur organisasi Humas Tingkat Polda
(Sumber : Perkap No.22 Tahun 2010)**

Adapun daftar nama, pangkat, masa tugas dan jabatan masing- masing *key informan* dan *informan* dapat dilihat dalam tabel berikut :

No.	Nama	Pangkat	Masa Tugas	Jabatan
1.	Sutopo Wijaya.	Bripka	17 Tahun di Kepolisian 2 Tahun di Subbagrenmin Ditbinmas	Ps. Pamin 3 Subbagrenmin Ditbinmas Polda Kaltim
2.	Yuda Kusuma	Bripka	17 Tahun di Kepolisian 10 Tahun di Paurren SPKT	PS. Paurren SPKT
3.	Riska Yudianto.	Brigpol	20 Tahun di Kepolisian 17 Tahun di Subbid Multimedia Bidhumas	Bamin Pemanalis Subbid Multimedia Bidhumas Polda Kaltim

**Tabel 1 *key informan* dan *informan*
(Sumber: Humas Polda Kaltim)**

Komunikasi Organisasi upaya Humas Polda Kalimantan Timur dalam meningkatkan Citra positif

Upaya Humas Polda Kalimantan Timur dalam meningkatkan citra positif organisasi melibatkan strategi komunikasi yang efektif. Peningkatan citra positif, terutama dalam konteks kepolisian, memiliki dampak positif pada kepercayaan masyarakat, transparansi, dan hubungan dengan publik. Upaya tersebut melibatkan beberapa strategi, seperti pemberitaan positif tentang kegiatan polisi, menjaga transparansi dalam kegiatan dan kebijakan kepolisian, serta mengelola media sosial dengan bijak.

Humas Polda Kalimantan Timur berfokus pada pemberitaan positif dan inspiratif mengenai kegiatan polisi, mencakup pengabdian polisi, penanganan kasus, dan partisipasi dalam program sosial masyarakat. Transparansi dalam kegiatan dan kebijakan kepolisian juga dijaga untuk menciptakan kepercayaan masyarakat. Pengelolaan media sosial dengan konten informatif dan edukatif membantu mempertahankan hubungan yang lebih erat dengan warga, sementara partisipasi dalam program sosial memperkuat hubungan positif.

Upaya Humas Polda Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Citra Positif

Upaya Humas Polda Kalimantan Timur dalam meningkatkan citra positif organisasi melibatkan strategi komunikasi yang efektif. Peningkatan citra positif, terutama dalam konteks kepolisian, memiliki dampak positif pada kepercayaan masyarakat, transparansi, dan hubungan dengan publik. Upaya tersebut melibatkan beberapa strategi, seperti pemberitaan positif tentang kegiatan polisi, menjaga transparansi dalam kegiatan dan kebijakan kepolisian, serta mengelola media sosial dengan bijak.

Humas Polda Kalimantan Timur menggunakan berbagai saluran komunikasi, termasuk surat kabar, televisi, radio, dan media online, serta platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Pesan disampaikan kepada warga lokal, masyarakat umum, dan media sebagai perantara. Dampak yang diharapkan mencakup peningkatan kepercayaan masyarakat, kerjasama dalam menjaga keamanan, dukungan untuk program-program kepolisian, dan keterlibatan aktif masyarakat dalam upaya pencegahan.

Namun, dalam implementasinya, Humas Polda Kalimantan Timur perlu mengatasi beberapa kendala internal dan eksternal. Kendala internal meliputi korupsi, kualitas pelatihan, kepemimpinan yang tidak efektif, dan tindakan anggota yang merusak citra. Sementara itu, kendala eksternal melibatkan media, isu pelanggaran HAM, politik, isu sosial dan keamanan, serta kepuasan masyarakat terhadap pelayanan polisi.

Untuk mengatasi kendala ini, Humas Polda perlu melakukan perubahan internal, meningkatkan transparansi, mendengarkan masukan masyarakat, dan bekerja sama dengan pihak eksternal seperti media, LSM, dan kelompok hak asasi manusia. Pentingnya menciptakan budaya organisasi yang mendorong integritas, akuntabilitas, dan profesionalisme, serta terus berupaya untuk memperbaiki citra positif di mata masyarakat.

Hasil Survey kepuasan Masyarakat Terhadap Kinerja Polri Tahun 2023

Hasil survey kepuasan masyarakat terhadap Institusi Kepolisian di Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap penegakan hukum, pelayanan publik, dan menjaga ketertiban dan keamanan nasional (Kamtibnas). Mayoritas masyarakat (76.2%) menyatakan kepuasan terhadap kinerja kepolisian dalam penegakan hukum, mencerminkan persepsi positif terhadap upaya mereka dalam menegakkan hukum dan memberantas kejahatan. Selain itu, 92.1% masyarakat memberikan penilaian positif terhadap pelayanan publik kepolisian, termasuk pelayanan administratif, bantuan kepada masyarakat, dan responsibilitas terhadap kebutuhan masyarakat. Selanjutnya, 89.6% masyarakat merasa puas dengan peran kepolisian dalam menjaga ketertiban dan keamanan nasional, mencerminkan keyakinan masyarakat terhadap kepolisian dalam menghadapi tantangan keamanan yang kompleks. Secara keseluruhan, hasil survei ini menciptakan gambaran positif tentang citra Institusi Kepolisian di Indonesia pada tahun 2023, yang dianggap

sebagai hasil kebijakan dan inisiatif kepolisian untuk meningkatkan pelayanan, penegakan hukum, dan menjaga keamanan nasional.

KESIMPULAN

Kesimpulan mengenai upaya Humas (Hubungan Masyarakat) Polda (Kepolisian Daerah) dalam mempertahankan Citra positif dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Who* (Siapa), dalam penelitian ini yang melakukan kegiatan Humas untuk mempertahankan Citra positif antara lain Humas Polda yang mana Tim atau unit Hubungan Masyarakat dari Kepolisian Daerah yang bertanggung jawab untuk merancang, melaksanakan, dan mengawasi komunikasi antara kepolisian dan masyarakat.
2. *What* (Apa), yaitu pesan Positif diterima menciptakan pesan-pesan yang mendukung Citra positif kepolisian, seperti kegiatan pencegahan kriminalitas, penegakan hukum yang adil, respons cepat terhadap kejadian darurat, partisipasi dalam kegiatan sosial, dan berbagai inisiatif positif lainnya.
3. *Communication Channel* (Saluran Komunikasi), dilakukan dengan media Massa, seperti surat kabar, televisi, radio, dan media online lalu sosial Media seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube dan konferensi Pers menjelaskan berbagai hal kepada media dan masyarakat sekaligus.
4. *To Whom* (Kepada Siapa), upaya yang dilakukan untuk masyarakat Umum agar pesan positif dapat disampaikan kepada warga lokal dan masyarakat umum. Juga kepada media dengan menyampaikan ke media sebagai perantara untuk mencapai audiens yang lebih luas.
5. *Effect* (Dampak), hasil yang didapatkan sebagai upaya mempertahankan Citra positif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian dan kerjasama dalam menjaga keamanan dan ketertiban. Naiknya dukungan Masyarakat karena dengan Citra positif dapat memperoleh dukungan masyarakat untuk program-program kepolisian dan inisiatif pencegahan kejahatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Nurdin, dkk. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara
- Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi: Serba Ada serba Makna*. Jakarta: kencana/pranada Media
- Andrik. 2002. *Komunikasi Multikultural*. Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Anshar, R. U., & Setiyono, J. 2020. Tugas dan Fungsi Polisi sebagai penegak hukum dalam Perspektif Pancasila. Semarang: Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia
- Arif, M. 2021. Tugas dan fungsi kepolisian dalam perannya sebagai penegak hukum menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang kepolisian. Banjarmasin: Al-Adl: Jurnal Hukum
- Arvelina, R. D., Prabawa, B., & Adhika, F. A. 2021. Perancangan Visual Brand Communication Divisi Humas Polri. Bandung: Proceedings of Art & Design
- Bambang. 2005. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Malang: Bayumedia
- Bernay, Edward L. 2013. *Public Relations*. University of Oklahoma Press.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cultip, Scott. M., Center Allen H. & Broom. Glen. M. 2018, *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana
- Danendra, I. B. K. 2012. *Kedudukan dan Fungsi Kepolisian dalam Struktur Organisasi Negara Republik Indonesia*. Manado: Lex Crimen
- Doney, P. and Cannon, J.P. 1997, "An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships", *Journal of Marketing*, Vol. 22 No. 2, pp. 99-. 113
- Efenddy, OnongUchja. 2007. *Ilmu, Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. 2020. Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. Palembang:Jurnal Inovasi, 14(1)

- Hafizh, M., & Suhaibah, S. 2022. Peran Humas Polres Pidie Dalam Mempertahankan Citra Positif Lembaga Kepolisian Sebagai Penegak Hukum Di Mata Masyarakat Kabupaten Pidie. Aceh: Meusapat: Jurnal Ilmu Hukum
- Hulasoh, E. 2018. Aktivitas Humas Polri Dalam Membina Hubungan Dengan Pers. Tangerang Selatan: Jurnal Semarak
- Iriantara, Yosol. 2018. Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan. Praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- James M. Henselin. 2007. *Sosiologi: Dengan pendekatan Membumi*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank : Daniel Yadin. 2019. Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Kholisoh, N., & Yenita, Y. 2015. Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta). Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi
- Lasswell, Harold. 1960. The Structure and Function of Communication in Society,. Urbana: University of Illinois Press
- Lusiana, E., & Susilowati, E. 2023. Strategi Humas Polres Karanganyar Dalam Mempertahankan Citra Positif Di Bidang Pelayanan Masyarakat. Surakarta: Doctoral dissertation, UIN Surakarta
- Moore, Frazier. 2019. Humas Membangun Citra dengan Komunikasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Muhammad Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: BumiAksara
- Muharman, N., Azman, Z., & Sari, T. A. 2021. Strategi Humas Polsek Bendahara Dalam Menciptakan Citra Positif Dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika. Aceh: Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam
- Mulyana, deddy. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Munandar, H. 2016. Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial Facebook, Twitter, dan Instagram. Bandung: Prosiding Hubungan Masyarakat
- Nisak, S. H. 2018. Peran Humas Dalam Rangka Meningkatkan Citra Positif Lembaga Kepolisian Di Polda DIY. Yogyakarta: Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran-S1
- Pangestuti, D. S. 2019. Peran Lembaga Kepolisian dalam Perspektif Fiqh Siyasah. Surabaya: Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam
- Pudjiastuti, W., & Fadhal, S. 2012. Opini Mahasiswa Terhadap Citra Polisi Republik Indonesia (POLRI). Jakarta: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial
- Purnomo, Y. B. A., & Sadono, T. P. 2022. Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian. Surabaya: RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi
- PUTRA, F. A. 2014. Strategi Humas Kepolisian Republik Indonesia Dalam Memperbaiki Citra Negatif Studi Kasus Pada Bagian Humas Tentang Kinerja Polres Probolinggo Kota. Malang: Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang
- Rhenald Kasali. 2019 Manajemen Public Relations. Jakarta: PT Pustaka. Utama Grafiti
- Riadi, M., & Kurniawati, D. 2022. Presisi Sebagai Inovasi Dan Strategi Mempertahankan Citra Kepolisian Daerah Sumatera Utara. Medan: Perspektif
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu
- Rosady, Ruslan. 2018. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rosmala dan Thoyyibah, I. T. I. 2022. Analisis Pelanggaran Kode Etik Humas Polri (Studi Kasus Ferdy Sambo). Medan: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique
- Soemirat, Soleh dan Elvino Ardianto, 2017. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta