

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA
BAIK PENYIDIK BARESKRIM POLRI TERHADAP
PUBLIK EKSTERNAL**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan Program Sarjana

RIZKI DANUAR

44230594

UNIVERSITAS
Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi Dan Bahasa

Universitas Bina Sarana Informatika

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Danuar
NIM : 44230594
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Komunikasi Dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul: “Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal” adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa (Skripsi pada Program Sarjana) yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Bina Sarana Informatika dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 Juli 2024

Yang menyatakan,



RIZKI DANUAR

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizki Danuar
NIM : 44230594
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Komunikasi Dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat dalam karya ilmiah Penulis dengan judul: “Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal” ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya.

Penulis menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Bina Sarana Informatika untuk mendokumentasikan karya ilmiah saya tersebut secara internal dan terbatas, serta tidak untuk mengunggah karya ilmiah Penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika.

Penulis bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Bina Sarana Informatika, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 Juli 2024

Yang menyatakan,



RIZKI DANUAR

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rizki Danuar
NIM : 44230594
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam membangun Citra Baik Pendidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal

Telah dipertahankan pada periode 2024-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 16 Agustus 2024

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I : Hani Yuniani, S.Sos., M.I.Kom.

Pembimbing II : Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos.,
M.I.Kom.

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Drs . Arvin Hardian, M.M.,
M.I.Kom.

Penguji II : Murtiadi, S.I.Kom, M.I.Kom

**LEMBAR PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA HASIL RISET
UNTUK KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizki Danuar
NIM : 44230594
Jenjang : Sarjana
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa data dan atau informasi yang saya gunakan dalam penulisan karya ilmiah dengan judul "**Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Public Eksternal**" merupakan data dan atau informasi yang saya peroleh melalui hasil penelitian sendiri dan tidak didasarkan pada data atau informasi hasil riset dari perusahaan/instansi/lembaga manapun.

Saya bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Bina Sarana Informatika, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data dan atau informasi yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 Juli 2024

Mengetahui

yang menyatakan

Dosen pembimbing 1

Dosen pembimbing 2



Hani Yuniani, M.I.Kom Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos., M.I.Kom Rizki Danuar

LEMBAR PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul “**Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal**” adalah hasil karya tulis asli Nama Mahasiswa dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanyaberlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarangkan keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Rizki Danuar

Alamat : Jl. Kp. Cikumpa RT.002 RW005 Kel. Sukmajaya Kec. Sukmajaya
Kota Depok Prov. Jawa Barat

No Telp : 0895-3918-55362

Email : rzkdanuar@gmail.com



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

Nama Lengkap : Rizki Danuar
Nim : 44230594
Dosen Pembimbing : Hani Yuniani, M.I.Kom.
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik
Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal

| NO | TANGGAL BIMBINGAN | POKOK PEMBAHASAN | PARAF DOSEN PEMBIMBING I |
|----|-------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1 | 04 April 2024 | Bimbingan Judul | f |
| 2 | 23 April 2024 | Bimbingan BAB I dab Teori | f |
| 3 | 30 April 2024 | ACC BAB I, Revisi BAB II | f |
| 4 | 14 Mei 2024 | ACC BAB II, Revisi BAB III | f |
| 5 | 08 Juni 2024 | ACC BAB III, Revisi BAB IV | f |
| 6 | 11 Juni 2024 | Revisi BAB IV | f |
| 7 | 25 Juni 2024 | ACC BAB IV, Revisi BAB V | f |
| 8 | 03 Juli 2024 | ACC BAB V | f |

Catatan untuk Dosen Pembimbing

Dimulai pada tanggal : 04 April 2024

Diakhiri pada tanggal : 03 Juli 2024

Jumlah Pertemuan bimbingan : 8 (delapan)

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

Hani Yuniani, M.I.Kom



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

Nim : 44230594
Nama Lengkap : Rizki Danuar
Dosen Pembimbing : Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos., M.I.Kom.
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal

| NO | TANGGAL BIMBINGAN | POKOK PEMBAHASAN | PARAF DOSEN PEMBIMBING II |
|----|-------------------|----------------------------|---------------------------|
| 1 | 04 April 2024 | Bimbingan Judul | |
| 2 | 23 April 2024 | Bimbingan BAB I dab Teori | |
| 3 | 30 April 2024 | ACC BAB I, Revisi BAB II | |
| 4 | 14 Mei 2024 | ACC BAB II, Revisi BAB III | |
| 5 | 08 Juni 2024 | ACC BAB III, Revisi BAB IV | |
| 6 | 11 Juni 2024 | Revisi BAB IV | |
| 7 | 25 Juni 2024 | ACC BAB IV, Revisi BAB V | |
| 8 | 03 Juli 2024 | ACC BAB V | |

Catatan untuk Dosen Pembimbing

Dimulai pada tanggal : 04 April 2024
Diakhiri pada tanggal : 03 Juli 2024
Jumlah Pertemuan bimbingan : 8 (delapan)

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos., M.I.Kom.

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dan sencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Sarana Informatika, Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah “Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal”

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang merupakan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penulis menyadari bahwa setiap langkah yang penulis ambil tidak terlepas dari bimbingan, dorongan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Bina Sarana Informatika.
2. Dekan Fakultas Komunikasi dan Bahasa.
3. Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika.
4. Ibu Hani Yuniani, M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos.,M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh staff / karyawan / dosen di Universitas Bina Sarana Informatika.

7. Bapak Muhammad Rifani Wibi, S.I.Kom. selaku key informan.
8. Bapak Bripda Aldi Rasyid selaku informan.
9. Seluruh anggota Bareskrim Polri
10. Kedua Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual sehingga Skripsi dapat selesai tepat waktu.
11. Seluruh Rekan-rekan mahasiswa.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa Senantiasa Melimpahkan Rahmat Dan Hidayah Nya Selalu, Akhir Kata, Penulis Berharap Semoga Skripsi Ini Dapat Bermanfaat Bagi Penulis Dan Khususnya Bagi Yang Memerlukan Dikalangan Umumnya. Amin.

Jakarta, 01 Juli 2024



RIZKI DANUAR



UNIVERSITAS

ABSTRAK

Di Indonesia, Indonesia adalah negara terbesar ketiga di dunia, dan Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Indonesia adalah negara dengan tingkat modal sosial tertinggi. Pemerintah Indonesia memiliki sejarah panjang dalam mempromosikan modal sosial, dan telah mampu membangun modal sosial melalui penggunaan hubungan masyarakat. Makalah ini berfokus pada Kebijakan Reformasi Birokrasi Indonesia dan membahas peran humas pemerintah dalam membangun modal sosial: kasus Hubungan Masyarakat Pemerintah Indonesia dalam Membangun Modal Sosial: Kasus Kebijakan Reformasi Birokrasi. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji tentang komunikasi untuk membangun hubungan baik oleh Badan Reserse dan Kriminal Kepolisian Republik Indonesia (Bareskrim Polri) terhadap Masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian mengeksplorasi suatu kasus dan aktivitas terkait pembelajaran di Bareskrim Polri. Metode ini ditujukan untuk mendapatkan database informasi yang ada pada setiap informan yaitu Pimpinan Polri/Kabareskrim Polri atau Wakabareskrim, Direktur/Wakil Direktur Bareskrim Polri, Karo Wasidik, Kasub Dit, Kanit, Penyidik. Teknik analisis data dilakukan dengan membaca dan memahami berbagai materi empirik (empirical material) yang telah dikumpulkan tersebut kemudian mengkaitkannya dengan key themes pada penelitian ini. Hasil penelitian ini membukrikan bahwa komunikasi yang telah terjadi belum seluruhnya dapat dipahami oleh Masyarakat luas dikarenakan kurangnya informasi yang diberikan atau disajikan oleh kepolisian. Namun dengan kegiatan yang sudah dilakukan oleh kepolisian sudah memberikan sedikit dampak baik terhadap hubungan dengan Masyarakat.

Kata kunci: Komunikasi, Bareskrim Polri, Masyarakat.

ABSTRACT

In Indonesia, Indonesia is the third largest country in the world, and Indonesia is one of the world's most populous countries. Indonesia is a country with the highest level of social capital. The Indonesian government has a long history of promoting social capital, and it has been able to build social capital through the use of public relations. This paper focuses on Indonesia's Bureaucratic Reform Policy and discusses the role of government public relations in building social capital: the case of Indonesian Government Public Relations in Building Social Capital: the Case of Bilateral Reform Policy. The purpose of this study is to examine the communication to build good relations by the Indonesian Police Criminal Investigation Agency (Bareskrim Polri) to the public. This research uses a qualitative method, namely research exploring a case and activities related to learning at Bareskrim Polri. This method is aimed at obtaining a database of information that exists in each informant, namely the Head of the National Police / Head of Criminal Investigation Unit or Wakabareskrim, Director / Deputy Director of Bareskrim Polri, Karo Wasidik, Head of Sub-Directorate, Kanit, Investigator. The data analysis technique is carried out by reading and understanding the various empirical materials that have been collected and then linking them to the key themes in this study. The results of this study prove that the communication that has occurred has not been entirely understood by the wider community due to the lack of information provided or presented by the police. However, the activities that have been carried out by the police have had a good impact on relations with the community.

Keywords: *Communication, Police Bareskrim, Society.*

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI Error! Bookmark not defined. | |
| LEMBAR PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA HASIL RISET UNTUK KARYA ILMIAH | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGGUNAAN HAK CIPTA | vi |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat penelitian | 5 |
| BAB II..... | 7 |
| LANDASAN TEORI..... | 7 |
| 2.1 Teori Umum | 7 |
| 2.1.1 Definisi Komunikasi | 7 |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2 | Strategi Komunikasi..... | 8 |
| 2.1.3 | Definisi Komunikasi Organisasi | 9 |
| 2.1.4 | Jenis Komunikasi Organisasi | 11 |
| 2.1.5 | Pengertian Strategi Public Relations | 13 |
| 2.1.6 | Tujuan Strategi Public Relations..... | 14 |
| 2.1.7 | Pengertian Citra Perusahaan | 15 |
| 2.1.8 | Pengertian Public Relations | 17 |
| 2.1.9 | Fungsi Public Relations | 19 |
| 2.1.10 | Peranan Public Relations..... | 19 |
| 2.1.11 | Proses Public Relations | 20 |
| 2.1.12 | Definisi Citra Baik | 21 |
| 2.1.13 | Faktor-Faktor Mempengaruhi Citra Baik Kepolisian | 22 |
| 2.2 | Metode..... | 23 |
| 2.2.1 | Metode Kualitatif | 23 |
| 2.2.2 | Metode Deskriptif | 24 |
| 2.3 | Studi Kasus..... | 24 |
| 2.4 | Hukum Pidana (Dari Kasus Yang Dibuat) | 25 |
| BAB III | | 27 |
| METODE PENELITIAN..... | | 27 |
| 3.1 | Design Penelitian..... | 27 |
| 3.1.1 | Kerangka Metode | 27 |

| | | |
|------------|-----------------------------------------------------|----|
| 3.2 | Lokasi Dan Waktu Penelitian..... | 28 |
| 3.3 | Unit Analisis..... | 29 |
| 3.4 | Definisi Konseptual..... | 29 |
| 3.5 | Pemilihan Informan Dan Teknik Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.5.1 | Pemilihan Informan..... | 29 |
| 3.5.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.6 | Metode Pengolahan Dan Analisis Data..... | 33 |
| 3.6.1 | Metode Pengolahan..... | 33 |
| 3.6.2 | Analisis Data..... | 33 |
| BAB IV | | 34 |
| PEMBAHASAN | | 34 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 34 |
| 4.1.1 | Sejarah Bareskrim Polri..... | 34 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi serta Tujuan Bareskrim Polri..... | 36 |
| 4.1.3 | Logo Bareskrim Polri..... | 37 |
| 4.1.4 | Struktur Kepegawaian..... | 38 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 40 |
| 4.2.1 | Mendefinisikan masalah..... | 40 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 41 |
| BAB V | | 45 |
| PENUTUP | | 45 |

| | | |
|-----|----------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 45 |
| 5.2 | Saran..... | 45 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 47 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Design Penelitian..... | 27 |
| Gambar 2 Logo Bareskrim Polri | 38 |
| Gambar 3 Struktur kepegawaian Bareskrim Polri | 38 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu yang sangat penting dalam mempelajari dan merubah pendapat, sikap, dan perilaku orang lain. Dalam perannya individu mengetahui beberapa bentuk komunikasi itu sendiri seperti komunikasi massa, komunikasi kelompok dan komunikasi antar pribadi. Hal ini tergantung pada situasi kondisi suatu tujuan dari komunikasi itu sendiri.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat berdiri sendiri dan selalu saling berhubungan serta berkerjasama satu dengan yang lainnya contohnya melalui komunikasi. Melalui komunikasi inilah akan terjalin sebuah interaksi antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Menjalin komunikasi dengan orang lain tentu akan memudahkan kita dalam aktivitas keseharian baik itu dalam kehidupan keluarga, kerja, organisasi, pertemanan, sekolah serta aktivitas lainnya.

Dalam hal berkomunikasi tak selamanya selalu berjalan dengan baik, tetapi biasanya terdapat beberapa pertentangan dalam berkomunikasi. Untuk menghindari pertentangan tersebut, dibutuhkan interaksi antara individual dengan individual atau kelompok. Dengan kata lain ini dapat membantu orang dapat berperilaku baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Mengingat bahwa pentingnya komunikasi bagi kehidupan individual ataupun bersosial beberapa ahli mengklarifikasi bahwa ada beberapa tipe dalam berkomunikasi. Seperti komunikasi organisasi adalah salah satu komunikasi yang sering di gunakan untuk Perusahaan atau suatu organisasi untuk meningkatkan

hubungan baik untuk khalayak luas sehingga memberikan kesan baik terhadap Masyarakat. Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan petukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan antara dua orang atau lebih yang mempunyai symbol – symbol atau tanda yang ada.

Bagian dari salah satu komunikasi ini adalah Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkris (jabatan) antara yang satu lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Di samping itu juga komunikasi organisasi, dipandang dari suatu perspektif intepretatif (subjektif) adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Proses interaksi itu tidak mencerminkan organisasi; ia adalah organisasi. Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana pihak-pihak yang terlibat di dalamnya bertransaksi dan memberikan makna atas apa yang sedang terjadi.

Menurut Monge dan Eisenberg, kerja dari hubungan komunikasi organisasi antara kolega yang terinstitusi akan memberikan gambaran terbaik menciptakan konstitusi konsep jaringan (Littlejohn, 1999:303). Organisasi dianggap sebagai suatu sistem yang sedikitnya terdiri dari dua orang atau pihak (atau lebih). Di dalamnya terdapat interdepen, masukan (input), hubungan dan luaran (output). Struktur hubungan antara komunikasi organisasi terdiri dari pola interaksi antar anggota, siapa yang berbicara dan memberi pesan kepada siapa? Hal ini yang disebut dengan aliran informasi. Dasar pemikiran dari ide ini teori jaringan yang dapat diprediksikan antar

komunikasi antar individu yang ada di dalam organisasi. Jelasnya dalam struktur komunikasi organisasi pasti terdapat struktur antar dependen dan interdependen, sehingga antar yang berhubungan dapat menjalankan jaringan komunikasi. Tapi dalam hal ini perlu ada aturan yang mengikat jaringan dalam menciptakan hubungan. Oleh sebab itu perlu ada pemahaman peran jabatan dalam komunikasi organisasi yang tercipta.

Dari latar belakang yang sudah di jelaskan penulis tertarik dengan fakta bahwa dalam berkomunikasi antar personal polisi dengan personal polisi lainnya seperti anggota penyidik dengan pimpinan penyidik akan sangat menentukan keberhasilan dalam membina dan membangun hubungan baik Kerjasama untuk meningkatkan citra baik kepolisian Indonesia. Maka dalam tugas nya anggota penyidik kepolisian harus saling berinteraksi menyampaikan pikiran nya agar lawan bicaranya saling memahami maksud dan tujuannya, dan mempengaruhi lawan bicaranya untuk melakukan sesuatu.

Komunikasi organisasi informal berkaitan dengan fenomena yang disebut komunikasi jabatan (*positional communications*) (Redfield, 1953). Hubungan yang dimaksud adalah terbentuk atas antar jabatan-jabatan bukan antara orang-orang. Keseluruhan organisasi terdiri dari jaringan jabatan. Praktik komunikasi jabatan ini membingungkan karena tidak semua jabatan dan interaksi secara seksama dapat berjalan dalam alur informasi yang sesuai dengan jabatan.

Dalam hubungan informal terbentuk sebagai respon terhadap berbagai kesempatan yang diciptakan lingkungan, organisasi informal merupakan lingkungan kelompok lebih nyata yang mempengaruhi jumlah dan pelaksanaan hubungan informal dalam organisasi. Ada dua model teori organisasi besar, yakni; Weber dengan

model birokrasi yang terfokus pada pengorganisasian. Teori ini dianggap sebagai pernyataan terpenting tentang organisasi formal yang didasarkan pada pengelolaan.

Citra perusahaan berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra perusahaan yang positif lebih dikenal dan diterima oleh publiknya mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang pelayanan dan berkaitan dengan kegiatan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh Perusahaan.

Citra yang positif sangat diperlukan oleh Perusahaan dalam Upaya pembinaan *image*, mulai dari Upaya menumbuhkan citra , memelihara citra atau mempertahankan citra sampai Upaya meningkatkan dan mempertahankan citra terhadap publik eksternal kepentingan Bareskrim Polri Jakarta yang mempunyai peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan reputasi di Masyarakat luas.

Anggota kepolisian seperti penyidik harus memahami pola komunikasi yang dibutuhkan untuk publik eksternal agar dapat efektif diterapkan kepada anggota penyidik lainnya untuk meningkatkan citra baik Perusahaan, karena itu komunikasi yang efektif ditandai adanya dengan hubungan yang baik juga antara Perusahaan dan Masyarakat. Tetapi komunikasi akan menjadi rusak jika pesan yang disampaikan tidak jelas, tidak tegas, dan gagal dalam memahami konteks maksud yang disampaikan.

Alasan penulis memilih Bareskrim Polri Jakarta adalah untuk mengemukakan bahwa citra baik kepolisian perlu tetap terjaga untuk meningkatkan kualitas dan pandangan baik untuk Masyarakat luas. Dari latar belakang diatas , maka penulis akan membahas penelitian tentang komunikasi organisasi dalam membangun citra baik

terhadap publik eksternal Perusahaan dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku komunikasi organisasi penyidik di Bareskrim Polri ?
2. Apa saja yang menjadi langkah-langkah pendukung Bareskrim Polri dalam melakukan komunikasi dan membangun hubungan baik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian diatas sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya jika komunikasi organisasi ditingkatkan dalam hubungan anggota penyidik kepolisian dan anggota pemimpin kepolisian.
2. Untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang selama ini menjadi penghambat anggota penyidik dalam berkomunikasi dengan publik eksternal.
3. Untuk eksploratif atau menggali suatu hal atau permasalahan yang sedang diteliti.

1.4 Manfaat penelitian

1. Penelitian ini dapat memberikan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut serta dapat di gunakan sabagai topik dan bahasan yang mirip untuk bisa di kembangkan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Menjadi dasar pertimbangan dalam membuat kebijakan di dalam pemerintahan.
3. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan pengetahuan bagi mahasiswa lain nya sebagai bahan referensi dalam pembelajaran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Umum

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah elemen terpenting dalam suatu organisasi. Efektivitas organisasi tergantung pada kualitas komunikasi yang dijalankan oleh pimpinan maupun anggota organisasi. Komunikasi memberikan “kehidupan” pada struktur organisasi untuk dapat menjalankan peran dan fungsinya secara optimal. Menurut (Siregar et al., 2021) Organisasi harus melakukan komunikasi, baik di lingkup internal maupun eksternal, untuk keberlangsungan dan perkembangan organisasi.

Seiring dengan pertumbuhan organisasi, komunikasi akan menjadi lebih kritis dan kompleks. Suatu organisasi dapat berjalan dengan baik jika memiliki skema komunikasi yang efektif. Skema atau desain komunikasi harus disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Komunikasi yang berhasil membutuhkan beberapa perencanaan, diantaranya: memilih subjek atau sasaran penerima pesan, menentukan tujuan pemberian pesan, menganalisis tipe penerima pesan, mengumpulkan materi terkait pesan yang akan disampaikan, dan terakhir memilih bentuk komunikasi yang sesuai.

Secara sederhana komunikasi dapat dirumuskan sebagai proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari – hari, dan merupakan medium penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi untuk kontrak sosial. Melalui komunikasi

kita bisa melakukan pertukaran informasi, ide, sikap, pikiran atau pendapat (Hasibuan, 2019).

Adapun Habermas (Siti Rohmah, 2021) menyatakan bahwa komunikasi merupakan interaksi yang diantarkan secara simbolis, menurut bahasa dan mengikuti norma-norma. Bahasa harus dapat dimengerti, benar, jujur dan tepat. Keberlakuan norma-norma itu hanya dapat dijamin melalui kesepakatan dan pengakuan bersama bahwa kita terikat olehnya. Interaksi komunikasi mengembangkan kepribadian orang, melalui internalisasi peran-peran sosial. Sehingga komunikasi dapat berjalan dengan dinamis.

Shannon dan Weaver (1949) (Fadhli, 2021) berpendapat bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang selalu mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Ketidaksadaran dan bentuk komunikasi yang dilakukan dalam interaksi sesama manusia tidak hanya terbatas komunikasi verbal. seperti yang diungkapkan Shannon dan Weaver di atas memang sangat membantu untuk efektifnya komunikasi. Semakin banyak pesan yang masuk, maka semakin besar pemenuhan kekurangan yang terdapat pada individu, kelompok atau organisasi.

2.1.2 Strategi Komunikasi

Dalam komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan kita dalam membentuk hubungan sosial di kalangan masyarakat, untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi yang baik, strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi suatu tantangan.

Menurut Allison dan Kaye (Fadhli, 2021) Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi. Dari pengertian strategi di atas dapat penulis pahami, strategi sebagai suatu prioritas dan cara untuk mencapai tujuan dari organisasi, cara yang digunakan mengacu pada misi untuk mencapai visi organisasi. Dalam melaksanakan strategi perlu melibatkan seluruh stakeholder organisasi sehingga terjadi kebersamaan dan konsistensi bagi para anggota organisasi untuk menjalankan strategi yang telah ditetapkan untuk mencapai visi dan misi organisasi.

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya, Maksudnya adalah bahwa para manajer memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan. Berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu (Mulitawati & Retnasary, 2020).

2.1.3 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi studi mengenai komunikasi organisasi. Dimana komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lain dalam konteks organisasi.

Dalam sebuah organisasi didalamnya terdiri atas orang-orang (organ) yang memiliki tugas masing-masing serta saling berkaitan satu sama lain sebagai suatu

sistem tentu memerlukan komunikasi yang baik agar kinerja organisasi berjalan dengan baik pula. Sehingga apa yang menjadi tujuannya dapat tercapai.

Menurut Arnold dan Feldman (1986) (Siregar et al., 2021) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang dalam suatu organisasi. Dimana didalamnya terdapat empat tahapan komunikasi yang meliputi.

- a. attention (Atensi/Perhatian)
- b. comprehension (Komprehensi)
- c. acceptance as true (Kebenaran/Fakta)
- d. retention (Retensi)

Dalam komunikasi yang menjadi pusat perhatian (*central point*) adalah persoalan informasi yang diolah dan disebarluaskan. Informasi inilah yang sesungguhnya dikomunikasikan ke segenap publik dari organisasi yang bersangkutan. Pace & Faules(1998). menyebutkan ada beberapa model proses transfer informasi dalam komunikasi organisasi. Model yang dominan muncul adalah *top-down*, *bottom-up*, horisontal, dan lintas saluran. Keempat model tersebut berlaku bagi komunikasi internal dalam suatu perusahaan.

Sedangkan menurut Gary Kreps (Zamzami, 2021), seorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi, menemukan beberapa di antaranya:

- a. Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manager mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang dihadapi, serta informasi mengenai operasi dari hari ke hari yang diperlukan untuk pengambilan Keputusan mengenai bagaimana menjalankan organisasi.

- b. Hal ini merupakan sumber utama bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik untuk menentukan seberapa efektif komunikasi ke bawah dalam organisasi.
- c. Hal ini dapat mengurangi ketegangan pada karyawan dengan memberikan kesempatan pada anggota organisasi pada Tingkat lebih rendah untuk membagikan informasi yang relevan dengan atasannya.
- d. Hal ini mendorong partisipasi dan keterlibatan karyawan, dan karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi.

Roskina, M., & Haris, I. (Supit, 2023) menyatakan, ada **beberapa konsep dasar dalam komunikasi organisasi**. Diantaranya :

- a. Proses organisasi adalah sistem yang dinamis dan terbuka. Membuat dan bertukar pesan antar anggota. Karena gejala informasi ini terus dibuat dan dipertukarkan tanpa gangguan maka itu disebut sebagai sebuah proses.
- b. Pesan dapat mencakup orang, benda, Peristiwa yang dihasilkan dari interaksi dengan orang lain. Komunikasi organisasi mengkaji pertukaran pesan antar organisasi. Di dalam organisasi ini, kita dapat melihat dalam beberapa klasifikasi relevansi: Bahasa (verbal dan non-verbal), Penerima (internal dan eksternal), Metode propagasi (bagaimana pesan disebarkan), Tujuan pesan (mengenai tugas organisasi, aturan organisasi, dan integrasi dalam organisasi).
- c. Organisasi Jaringan terdiri dari banyak orang menempati posisi atau peran tertentu dalam suatu organisasi. Pertukaran pesan orang-orang ini melewati serangkaian jalan kecil yang dikenal sebagai jaringan organisasi. Sifat dan ruang lingkup jaringan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: Hubungan peran (formal/informal), Arah dan alur pesan (komunikasi ke atasan, komunikasi ke atasan, komunikasi dengan bawahan), Isi pesan.

d. Keadaan saling ketergantungan antara satu bagian dengan bagian lainnya; Ciri-ciri organisasi sistem terbuka. Jika ketika salah satu bagian dari organisasi terganggu, itu memiliki konsekuensi bagian lain, dan mungkin seluruh sistem organisasi.

e. Hubungan karena organisasi adalah sistem kehidupan sosial. Fungsi dari bagian-bagian tersebut berada di tangan manusia, sehingga hubungan antara manusia dan organisasi terfokus pada perilaku. Penting untuk mempelajari komunikasi orang-orang yang terlibat dalam hubungan.

f. Lingkungan adalah penjumlahan dari faktor fisik dan sosialnya dipertimbangkan dalam membuat keputusan tentang orang-orang dalam suatu organisasi sistem. Lingkungan ini dapat dikategorikan sebagai berikut: Lingkungan internal (karyawan, kelompok fungsional dalam suatu organisasi, komponen organisasi lainnya tujuan, produk/jasa, dan lain-lain, Lingkungan eksternal (pelanggan, pesaing, teknologi, dan lain-lain.)

g. Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia. Informasi diharapkan dapat digunakan untuk mengurangi ketidakpastian dalam organisasi. Penciptaan dan pertukaran pesan antara anggota, penelitian dan pengembangan, mengatur dan menangani tugas-tugas kompleks dengan integritas besar.

2.1.4 Jenis Komunikasi Organisasi

Menurut (Ira Fatmawati, 2022) dalam organisasi terdapat beberapa jenis komunikasi organisasi, yaitu :

Komunikasi vertikal dari atas kebawah adalah Komunikasi yang dijalankan dengan ciri utama informasi mengalir dari jabatan yang lebih tinggi kepada yang lebih rendah. Umumnya jenis informasi yang disampaikan sangat erat kaitanya dengan aktifitas kerja yang harus dilakukan anggota organisasi. Bentuk umum dari

komunikasi dari atas kebawah. Secara umum komunikasi kebawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe :

a. Instruksi Tugas

Menyatakan definisi instruksi tugas sebagai berikut ”pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan melalui apa yang dilakukan mereka dan bagaimana cara melakukannya

b. Rasional

Menyatakan definisi rasional pekerjaan sebagai berikut: “Pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau obyek organisasi”.

c. Idiologi

Menjelaskan bahwa idiologi adalah perluasan dari pesan rasional. Dimana pada pesan rasional penekanannya ada pada penjelasan tugas dan kaitannya perspektif organisasi.

2.1.5 Pengertian Strategi Public Relations

Berbagai macam aktivitas manusia pasti mempraktekkan Public Relations seperti manusia yang bergabung dalam suatu organisasi, menghadiri undangan dan lain yang merupakan kegiatan Public Relations yaitu mempengaruhi orang yang mempunyai berbagai kepentingan dari orang lain. Public Relations dapat mengidentifikasi permasalahan yang timbul dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan menitik beratkan pembahasan pada identifikasi tingkat kesadaran konsumen, sikap dan persepsi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

Menurut pakar humas naskah workshop yang berjudul, “Public Relations Strategi” (Rosady 1999 : 123) mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari

suatu rencana (*plan*), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planing*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, Public Relations bertujuan untuk menegakkan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*favourable image*) bagi organisasi, perusahaan atau produk dan jasa terhadap pihak yang berkepentingan (*Stockholder*) sebagai sasaran yang terkait yaitu *public* internal dan eksternal.

Dalam proses penyusunan strategi public relations, Menurut Ahmad S. Adnan saputra dalam makalah “PR strategy (1990) yang berkaitan dengan fungsi-fungsi public relations secara integral melekat pada manajemen suatu perusahaan atau organisasi sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
- b. Identifikasi unit-unit sasarannya.
- c. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
- d. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
- e. Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi public relations.
- f. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijakan atau peraturan pemerintah
- g. Menjabarkan strategi public relations dan taktik atau cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi hasil kerja. (Rosady Ruslan,

1998: 134).

2.1.6 Tujuan Strategi Public Relations

Dalam proses berkomunikasi *public* relations perlu mempunyai strategi yang efektif untuk melibatkan komunikator dengan segala kemampuan untuk

mempengaruhi masyarakat dengan dukungan aspek teknis dan praktis dalam bentuk strategi dalam pencapaian tujuan.

Pada sisi lain, aktivitas *Public Relations* yang bersifat eksternal adalah untuk mendapatkan dukungan dan *image* yang positif dari publik, hal ini dibatasi kepada pengertian :

- a. Memperluas langganan atau pemasaran.
- b. Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi konsumen.
- c. Mencari dan mengembangkan modal
- d. Memperbaiki citra perusahaan terhadap persepsi masyarakat guna mendapatkan opini yang positif.

Strategi *Public Relations* dalam usaha menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan eksternal dapat ditarik suatu pengertian yang mencakupi peranan *Public Relations* diberbagai aktivitas seperti menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang dan meyakinkan.

2.1.7 Pengertian Citra Perusahaan

Jefkin menyatakan “Citra adalah suatu kesan yang didapat berdasar pada pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai fakta-fakta atau kenyataan (Soemirat dan Ardianto, 2003: 114)”. “Citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi (Adona, 2006:107)”. “Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam Soemirat, 2003:113)”.

Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan yaitu melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif. "Hal yang bisa dan harus dilakukan oleh perusahaan melalui upaya-upaya humasnya adalah membangun suatu citra yang sebenarnya (Adona, 2006: 108)".

Menurut survey *Corporate Image Index* tahun 2011 yang dilakukan *Frontier Marketing & Research Consultant*, bekerja sama dengan Majalah *Business Week* terhadap sekitar 120 perusahaan besar di Indonesia, mengukur citra perusahaan berdasarkan empat dimensi yaitu sebagai berikut:

a. Dimensi *Quality*.

Dimensi ini berhubungan dengan kualitas produk atau jasa perusahaan, kemampuannya untuk berinovasi dan seberapa besar tingkat kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.

b. Dimensi *Performance*.

Dimensi ini berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan dan kemampuan bisnisnya untuk bertumbuh.

c. Dimensi *Responsibility*.

Dimensi ini berhubungan dengan kepedulian terhadap lingkungan dan tanggung jawab social.

d. Dimensi *Attractiveness*.

Dimensi ini mencakup citra Perusahaan yang dibangun oleh karyawannya.

2.1.8 Pengertian Public Relations

Definisi public relations dalam kutipan (Jeffrey & Junaidi, 2019) menurut Jefkins mengatakan bahwa *public relations* adalah komunikasi yang terencana, ke dalam maupun keluar antara perusahaan dengan semua khalayak untuk mencapai tujuan-tujuan dan saling pengertian.

Pendapat lain dari *definisi public relations* menurut Rhenald Kasali dalam *definisi public relations* dalam (Jeffrey & Junaidi, 2019) menurut Jefkins mengatakan bahwa *public relations* adalah komunikasi yang terencana, ke dalam maupun keluar antara perusahaan dengan semua khalayak untuk mencapai tujuan-tujuan dan saling pengertian.

Mengatakan bahwa *public relations* adalah fungsi *managemen* yang *mengevaluasi* sikap-sikap *public*, *mengidentifikasi* kebijakandan *prosedur* perusahaan kepada publiknya, menyusun rencana, serta menjalankan program-program komunikasi dalam memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.

Posisi *Public Relations* merupakan penunjang terciptanya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas ialah *public internal* dan *external*, dimana secara *oprasional public relations* bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan *psikologis* yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Berdasarkan *definisi* dari berbagai ahli di atas bahwa *public relations* sangat berperan dalam menanamkan pengertian. *Goodwill*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik sesuatu badan khususnya masyarakat umumnya. Didalam *public relations* mempunyai suatu usaha yang harus dilakukan untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau perusahaan dengan publiknya, usaha yang

bersifat untuk memberikan kesan yang menyenangkan, agar dapat timbul opini dari publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup suatu badan *instansi* atau perusahaan tersebut.

Usaha tersebut dapat di lakukan oleh *public relations* perusahaan dengan menunjukan hal-hal *positif* tentang segala hal yang telah dilaksanakan dan direncanakan, serta memberikan keterangan atau penjelasan kepada publik dengan jujur, sehingga publik mendapat informasi yang baik dari perusahaan tersebut.



2.1.9 Fungsi Public Relations

Fungsi humas yang tercantum dalam kutipan *booklet* PRSA (*Public Relations Society of America*) dengan judul *Careers in Public Relations* terdapat didalam buku *Introduction to Public Relations*, dapat memberikan gambaran yang lebih khusus (Jeffrey & Junaidi, 2019) Sedangkan pendapat lain Menurut Cutlip, Center, Broom didalam buku *Introduction to Public Relations* yang diambil dari jurnal (Jeffrey & Junaidi, 2019). Fungsi *Public Relations* adalah membantu *manajemen* dalam melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik. Fungsi public relations menurut ahli Bertrand R. Canfield yang dikutip oleh (Effendy, 1993) dalam bukunya yang berjudul *Human Relations dan Public Relations* mengemukakan tiga fungsi public relations yaitu :

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum (*It should serve the public's interest*).
- b. Memelihara komunikasi yang baik (*Maintain good communication*)
- c. Menitik-beratkan moral dan tingkah-laku yang baik (*And stress good morals and manners*) (Effendy, 1993).

Melalui penjelasan dari fungsi *public relations* di atas, maka bisa disimpulkan fungsi dari *public relations* tersebut yaitu bentuk kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung menghubungkan publik untuk kepentingan didalam dan diluar suatu organisasi atau perusahaan tersebut, dan secara langsung atau tidak langsung bisa diterima oleh publik dan berdampak *positif* bagi perusahaan.

2.1.10 Peranan Public Relations

Public relation berperan dalam penjelasan atau pembelaan terhadap pandangan yang kurang baik dari publiknya terhadap lembaga tersebut, dengan cara menyajikan

berbagai data, *fakta* dan informasi yang sebenarnya Berdasarkan journal yang diambil dari (Lubis & Hum, 2019).

Menurut Dozier & Broom (1995) dalam Rosady Ruslan (2006 : 20-21) yang diambil dari jurnal Peranan *Public Relations* dalam suatu lembaga atau organisasi dapat dibagi menjadi empat peran, yakni :

- a. Sebagai *komunikator* atau penghubung antar organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang *positif* dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi *manajemen* organisasi atau perusahaan.
- c. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan *citra* bagi organisasi atau lembaganya.

2.1.11 Proses Public Relations

Dalam buku *Effective Public Relations*, berikut ini adalah penjelasan mengenai teori empat langkah *Public Relations* Menurut (Cutlip, Center, dan broom, 2005 : 268) Seorang *praktisi Public Relations* harus dapat mengenal *symptom* dan penyebabnya. Dalam tahap ini *Public Relations* perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan *fakta*.

Selain itu, seorang *Public Relations* perlu memantau dan membaca terus pengertian, *opini*, sikap, dan perilaku yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan. Singkat kata, tahap ini merupakan penerapan atau fungsi *intelijen* perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh seorang *praktisi Public Relations* setiap saat secara *kontinue*, bukan hanya pada saat krisis terjadi.

Pada tahap ini seorang praktisi *Public Relations* sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah- langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah- langkah itu dirumuskan dalam bentuk rencana dan *program*, termasuk anggarannya. Penting bagi seorang *Public Relations* untuk mendapatkan dukungan penuh dari pimpinan puncak perusahaan karena besar kemungkinan langkah yang diambil akan sangat *strategis* dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian.

Banyak Seorang *Public Relations* yang sering melupakan kedua proses di atas dan langsung masuk tahap ketiga, yaitu langsung melakukan aksi dan komunikasi berdasarkan *asumsi* pribadi. Meski tidak jarang tindakan itu membawa hasil yang tidak buruk, langkah ini sama sekali tidak disarankan karena terlalu tinggi resikonya bagi *citra* perusahaan. *Manager Public Relations* yang melakukan hal ini biasanya kurang paham kemana *citra* perusahaan hendak diarahkan dan dimana ia berada kini.

2.1.12 Definisi Citra Baik

Menurut (Aulia & Zaen, 2023) Citra sangat mempengaruhi kredibilitas sebuah perusahaan. Citra perusahaan harus bernilai positif karena citra merupakan jati diri dan aset sebuah kepolisian. Perusahaan yang tidak memperhatikan adanya citra dalam menjalankan usahanya maka kurang efektif. Public relation mempunyai peran penting dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat atau *public eksternal* kepolisian. Merupakan suatu pendekatan yang sangat *strategis* dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi.

Menurut Soemirat dan Adianto (Vladimir, 2020) bahwa citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi. bahwa salah satu dari indikator terdapat sikap yang artinya adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi dan nilai. Sikap bukan

prilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dan cara-cara tertentu.

Citra perusahaan merupakan "keseluruhan kesan" yang ada dalam benak masyarakat sebagai akibat dari akumulasi perasaan, ide-ide, sikap dan pengalaman dengan kepolisian, yang disimpan dalam memori, dan berubah menjadi positif/negatif, yang diambil untuk membuat rekonstruksi citra baik dan teringat ketika mendengar nama kepolisian atau terbawa ke pikiran. Dengan demikian, citra kepolisian adalah hasil dari proses komunikasi di mana organisasi membuat dan menyebarkan pesan tertentu yang merupakan tujuan strategis mereka, misi, visi, tujuan dan identitas yang mencerminkan nilai-nilai inti mereka yang mereka hargai.

2.1.13 Faktor-Faktor Mempengaruhi Citra Baik Kepolisian

Menurut (Vladimir, 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan terbagi menjadi 5 yaitu:

- a. Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh konsumen khalayak sarannya.
- b. Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas dan kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi khalayaknya.
- c. Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan kebanggaan, nilai kepercayaan, dan kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran.
- d. Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi, dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatannya.
- e. Citra baik perusahaan lainnya yang dapat timbul dari aspek yang

menampilkan keseriusannya dalam tanggungjawab sosial perusahaan yang lebih peduli pada kelestarian lingkungan hidup. Menggunakan teknologi ramah lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

2.2 Metode

2.2.1 Metode Kualitatif

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (Angeline & Setyanto, 2023) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif yaitu sebuah metode penelitian yang didasari oleh filsafat post positivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti atau studi pada keadaan objek yang alamiah yang artinya peneliti berperan sebagai bagian penting dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data ini dilaksanakan secara triangulasi (gabungan), analisis data pun bersifat kualitatif, dan berujung pada hasil penelitian kualitatif ini lebih tertuju pada makna dari generalisasi. Objek penelitian adalah target/sasaran ilmiah untuk mendapatkan informasi dan mengetahui apa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana penelitian itu dilakukan.

Dalam penelitian ini yang merupakan objek penelitian yaitu strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* Balreskrim Polri Jakarta dalam membangun serta mempertahankan citra baik kepolisian. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang dimana metodologi penelitian studi kasus ini dipergunakan oleh peneliti untuk menghasilkan atau memperoleh data sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak, oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dinamakan *transferability*, artinya hasil

penelitian tersebut dapat digunakan di tempat lain, manakala tempat tersebut memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda.

2.2.2 Metode Deskriptif

Menurut (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021) penelitian deskriptif kualitatif menampilkan data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan-perlakuan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap mengenai suatu kejadian atau dimaksudkan untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi. Tidak lain dengan cara mendeskripsikan beberapa jumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini menafsirkan serta menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat.

Maka dari itu Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kualitatif deskriptif yaitu mengumpulkan data kemudian menganalisisnya serta memaparkan hasil pengamatan di lapangan.

2.3 Studi Kasus

Adanya dugaan tindak pidana Pemaksaan dengan Kekerasan Jo Merintang atau mengganggu kegiatan usaha Pertambangan dari pemilik IUP atau IUPK yang telah memenuhi syarat-syarat dan/atau turut serta melakukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 335 ayat (1) Jo pasal 162 UU RI No 3 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas UU RI No 4 Tahun 2009 tentang Mineral dan Batubara Jo Pasal 55 KUHPidana yang terjadi di wilayah Kabupaten Musi Rawas Utara Provinsi Sumatera Selatan.

2.4 Hukum Pidana (Dari Kasus Yang Dibuat)

Kronologis peristiwa Pada tanggal 01 Mei 2024, yaitu 1 (satu) unit alat berat Dozer merk CAT yaitu 1 (satu) unit backhoe Loader JCB. Lalu alat berat milik PT. GPU disuruh keluar dengan cara mengusir menggunakan Alat berat lalu mendekat dan ingin merusak mobil dengan cara mendekatkan bucket Excavator tersebut dari titik kordinat 296435.630E., kordinat 9721025.876.N. oleh perwakilan PT. SKB bernama Sdr. Jumadi dan Sdr. Indra selaku Kordinator Keamanan PT. SKB, DKK (massa sekitar + 100 orang PT.SKB).

Pada tanggal 02 Mei 2024 yaitu saat tim oprasional PT.GPU menuju lokasi untuk melanjutkan kegiatan pertambangn akses ke Pit Jaya, tetapi sesampai di titik koordinat 296596.005 E dan titik koordinat 9720982.210 N pihak PT. SKB sudah menghadang/menghalang-halangi menggunakan alat berat berupa 2 (dua) unit Excavator dan 1 (satu) unit Backhoeloader yang dideretkan/dijajarkan dan berhadapan dengan alat berat PT. GPU. Ketika alat berat PT. GPU akan menjalankan kegiatan penutupan parit gajah yang telah dibuat oleh PT. SKB.

Selanjutnya pihak PT SKB yang ada di lokasi saat itu untuk memerintahkan 1 (satu) unit dozer dan 1 (satu) unit Backhoe loader tersebut dipindahkan agar membuka jalan PT GPU ke WIUP, namun dari pihak PT SKB menjawab bahwa tidak bisa memindahkan alat berat tersebut karena kunci dibawa oleh operator. Dan Tim gabungan dari Bareskrim Polri melakukan pengamanan terhadap alat berat tersebut.

Berdasarkan Pasal 42 Undang – Undang RI Nomor. 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan sebagaimana telah diubah dengan Pasal 29 angka 12 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta kerja berbunyi: “Kegiatan usaha budi daya Tanaman Perkebunan dan/atau usaha Pengolahan Hasil Perkebunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (1) hanya dapat dilakukan oleh Perusahaan Perkebunan

apabila telah mendapatkan hak atas tanah dan memenuhi perizinan berusaha terkait perkebunan dari pemerintah pusat.

Diduga telah terjadi tindak pidana pemaksaan dengan kekerasan jo merintang atau mengganggu kegiatan usaha pertambangan dari pemilik IUP atau IUPK yang telah memenuhi syarat-syarat dan/atau turut serta melakukan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 335 ayat (1) Jo pasal 162 UU RI No 3 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas UU RI No 4 Tahun 2009 tentang Mineral dan Batubara Jo Pasal 55 KUHPidana yang terjadi di wilayah Kabupaten Musi Rawas Utara Provinsi Sumatera Selatan.

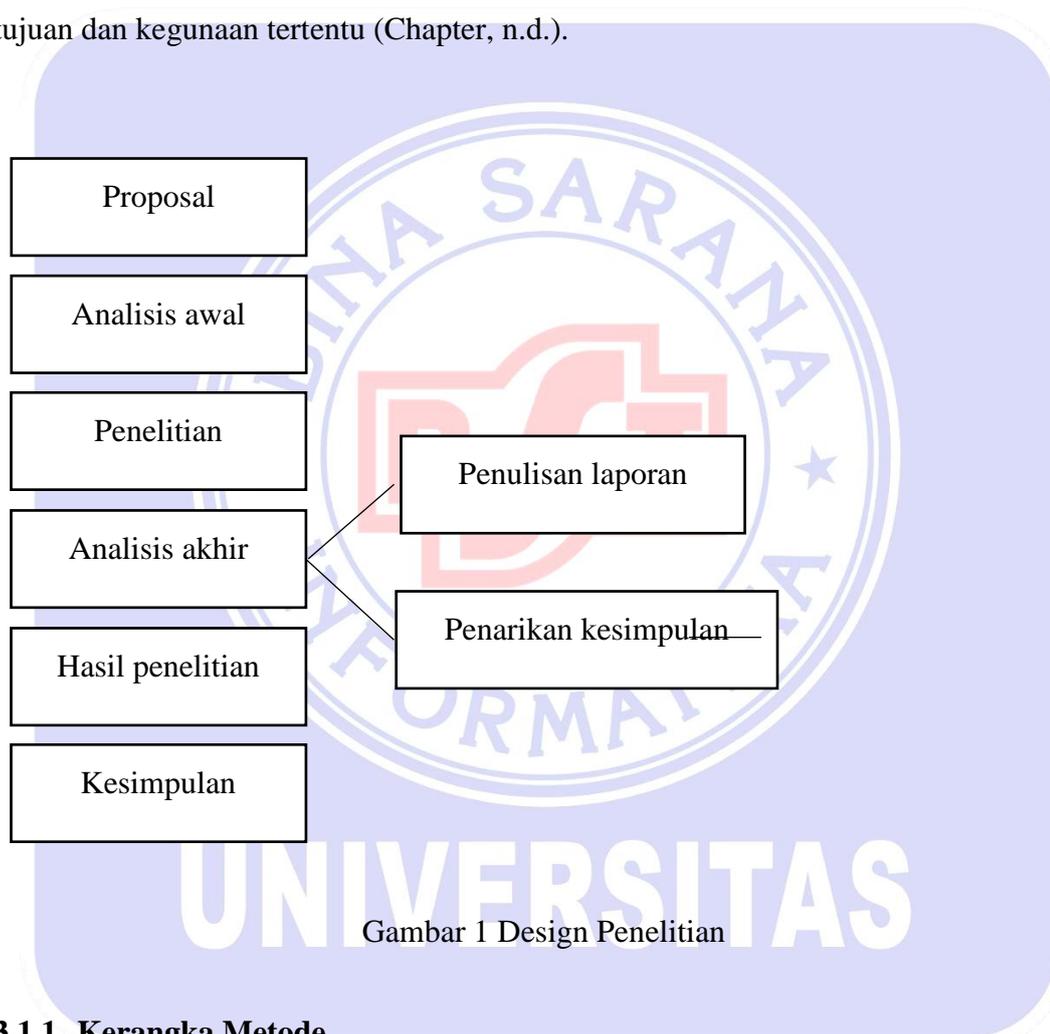


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Design Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Chapter, n.d.).



Gambar 1 Design Penelitian

3.1.1 Kerangka Metode

Peneliti ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Sukmadinata (Agustianti, Rifka, Pandriadi, 2022) menyatakan bahwa studi kasus merupakan metode untuk menganalisis data yang berkenaan dengan suatu kasus. Sesuatu biasanya dijadikan kasus karena ada masalah, kesulitan, hambatan, penyimpangan,

tetapi bisa juga sesuatu dijadikan kasus meskipun tidak ada masalah, yang dijadikan kasus karena keunggulan atau keberhasilannya.

Studi kasus merupakan serangkaian kegiatan alamiah yang dilakukan secara intensif, rinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk mendapatkan pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.

Studi kasus dalam penelitian ini digunakan untuk mempelajari serta menganalisis secara terperinci dan mendalam tentang strategi komunikasi kepolisian terhadap masyarakat luas untuk membangun citra baik bareskrim polri Jakarta melalui wawancara langsung dengan informan untuk mendapatkan informasi serta data data yang di butuhkan.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. lokasi penelitian ini ada di Bareskrim Polri Jakarta Selatan yang bertepatan pada Jl.Trunojoyo No.3, Rt.02/Rw.001 Selong, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12110. Peneliti mengambil Lokasi penelitian tersebut karena disana peneliti mendapatkan informasi tentang kendala komunikasi yang di hadapi oleh Bareskrim Polri serta mendapatkan informasi lain dari masyarakat sekitar.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni Januari 2024 sampai Maret 2024.

3.3 Unit Analisis

Data yang dipilih, dikumpulkan dan digunakan pada saat analisis penelitian disebut dengan unit analisis. Unit analisis ini terbagi menjadi empat jenis yaitu: individu, pasangan, kelompok dan organisasi. Unit analisis individu merupakan data yang dikumpulkan dari setiap individu dan melakukan respond sebagai sumber data individu. Unit analisis pasangan merupakan analisis untuk mempelajari interaksi dua orang yang menjadi unit analisis. Unit analisis kelompok mempelajari efektivitas kelompok. Unit analisis organisasi melakukan analisis dalam department yang berbeda dalam organisasi.

3.4 Definisi Konseptual

Menurut Singarimbun dan Effendi (Suparyanto dan Rosad, 2020) konsep adalah sebuah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak (abstraksi) suatu kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi obyek.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka berikut ini penulis mengemukakan definisi konsep dari penelitian yang akan diteliti. Pola Komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta kelangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Pola komunikasi yang dimaksud adalah pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear dan pola komunikasi.

3.5 Pemilihan Informan Dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Pemilihan Informan

Dalam penelitian kualitatif, sering digunakan istilah informan. Peneliti membagi informan dalam penelitian ini menjadi informan kunci dan informan pendukung, dengan rincian sebagai berikut:

a. Informan kunci.

Informan kunci merupakan sumber informasi utama yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Informan kunci dalam penelitian ini adalah (lengkapi nama kunci informan dengan data dirinya).

b. Informan pendukung.

Informan pendukung merupakan sumber informasi yang akan mendukung informasi kunci. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berinteraksi secara intens dengan informan kunci (sebutkan nama dan data nya)

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data atau informasi terkait dengan perusahaan yang menunjang dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir (TA) ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode Pengamatan (*Observasi*)

Menurut (Amaliyyah, R, 2021) *Observasi* atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya. Selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu, *observasi* merupakan kemampuan manusia menggunakan seluruh panca inderanya dan memperoleh hasil dari fungsi panca indera utama yaitu mata untuk memperoleh data atau informasi.

Kunci keberhasilan *observasi* sebagai teknik pengumpulan data sangat banyak ditentukan pengamat sendiri, sebab pengamat melihat, mendengar, mencium, atau merasakan suatu objek penelitian dan kemudian menyimpulkan dari apa yang diamati itu. Ketepatan hasil penelitian ditentukan sendiri oleh pengamat karena dia sendiri yang

memberikan makna tentang segala sesuatu yang telah diamatinya dalam realitas kehidupan yang dialaminya langsung. Mengacu pada fungsi pengamat dalam kelompok kegiatan, maka observasi dapat dibedakan lagi dalam dua bentuk:

a. *Observasi Partisipan (Participant Observer)*

Participant observer atau *observasi partisipan* adalah suatu bentuk *observasi* di mana pengamat (*observer*) secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati. Peneliti yang berperan sebagai pengamat tetapi tidak diketahui dan dirasakan oleh anggota lainnya dan sekaligus menjadi anggota kelompok. Peneliti akan melakukan tugas-tugas seperti yang dipercayakan kepadanya.

Pada *observasi partisipan*, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Peneliti yang melakukan pengamatan juga melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data. Ikut dalam kehidupannya dan merasakan suka dukanya.

b. *Observasi Non-Partisipan (Nonparticipant Observer)*

Bila dalam *observasi partisipan* peneliti terlibat langsung dalam aktivitas orang-orang yang sedang diamati, maka dalam *observasi non partisipan* peneliti tidak terlibat dan hanya menjadi pengamat *independen*. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Muri dalam (Amaliyyah, R, 2021) mendefinisikan *observasi non partisipan* adalah suatu bentuk *observasi* di mana pengamat (peneliti) tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok, atau dapat juga dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya. Hamid juga menyatakan dalam (Amaliyyah, R, 2021) bahwa pada *observasi nonpartisipan*, pengamat tidak langsung terlibat pada situasi yang sedang diamati. Dengan kata lain, pengamat

tidak berinteraksi atau mempengaruhi objek yang diamati.

Penulis melakukan *observasi* atau mengumpulkan data melalui *observasi* secara langsung di tempat kejadian atau bisa disebut *observasi partisipant*, sebab dalam metode ini memudahkan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan terkait Perusahaan.

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur digunakan apabila peneliti atau pewawancara menyusun rencana wawancara yang mantap, tetapi tidak menggunakan format atau urutan yang baku. Sejalan dengan hal tersebut dikatakan bahwa wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. yang akan ditanyakan.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiono dalam (Amaliyyah, R, 2021) “Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu berbentuk gambar, foto, sketsa, dan lain-lain. Dokumentasi merupakan pelengkap dari pengguna metode *observasi* dan Metode wawancara.

Dalam dokumentasi tugas akhir ini, penulis menggunakan objek penelitian

sebagai metode berupa gambar atau foto yang di peroleh.

3.6 Metode Pengolahan Dan Analisis Data

3.6.1 Metode Pengolahan

Metode penelitian digunakan jenis kualitatif (Darmalaksana, 2020) yang Dimana metode ini diperoleh melalui macam Teknik pengumpulan data seperti wawancara, dokumentasi, diskusi, atau observasi yang dituangkan dalam catatan tulisan maupun transkrip data serta gambar dan video rekaman yang diambil.

3.6.2 Analisis Data

Pendekatan analisis data merujuk pada teknik yang wawancara terstruktur untuk menyelidiki, menafsirkan, dan menyajikan data informasi secara pasti . Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang komunikasi serta hubungan baik terhadap masyarakat.

Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan- pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

UNIVERSITAS

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bareskrim Polri

Bareskrim adalah singkatan dari Badan Reserse Kriminal. Bareskrim merupakan unsur pelaksana utama Polri di tingkat Markas Besar. Bareskrim dipimpin oleh Kepala Bareskrim (kabareskrim) yang bertanggung jawab langsung kepada Kapolri. Kabareskrim Polri saat ini dijabat oleh Komisariss Jenderal Pol. Drs. Wahyu Widada, M.Phil. dan Wakabareskrim Polri dijabat oleh Inspektur Jenderal Polisi Asep Edi Suheri, S.I.K., M.Si. Bareskrim Polri dulu bernama Korps Reserse Polri sewaktu masih menginduk pada Deputi Operasi Kapolri.

Dalam lampiran Peraturan Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2019 disebutkan, tugas Bareskrim adalah membina dan menyelenggarakan fungsi penyelidikan dan penyidikan tindak pidana, pengawasan dan pengendalian penyidikan, penyelenggaraan identifikasi, laboratorium forensik dalam rangka penegakan hukum serta pengelolaan informasi kriminal nasional.

Bareskrim dibentuk berdasarkan Keputusan Kapolri No Pol:Kep/22/VI/2004 bertanggal 30 Juni 2004 tentang Organisasi dan Tata Kerja Bareskrim. Peraturan ini menyebutkan, Bareskrim Polri dipimpin oleh Kabareskrim dengan pangkat Komisariss Jenderal Polisi. Kendati demikian, sebelum digantikan Bareskrim juga telah dibentuk badan yang semisal. Contohnya pada 7 Juli 1997, dibentuk Korps Reserse Polri berdasarkan Skep Panglima ABRI No: Kep/10/VII/1997 tentang Validasi Organisasi

di lingkungan Polri. Sementara itu, struktur organisasi di tubuh Bareskrim Polri memiliki empat unsur utama. Berikut rincian struktur tersebut:

a. Unsur Pimpinan

yaitu Kepala Badan Reserse Kriminal Polri (Kabareskrim) dan Wakil Kepala Badan Reserse Kriminal Polri (Wakabareskrim).

b. Unsur Pembantu Pimpinan dan Pelaksana Staf

yaitu Biro Pembinaan dan Operasional (Robinopsnal), Biro Perencanaan dan Administrasi (Rorenmin), Biro Pengawasan Penyidikan (Rowassidik), Biro Koordinasi dan Pengawasan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Rokorwas PPNS).

c. Unsur Pelaksanaan Staf Khusus/Teknis

yaitu Pusat Laboratorium Forensik (Puslabfor), Pusat Indonesia Automatic Fingerprint Identification System (Pusinafis) asalnya Pusident, Pusat Informasi Kriminal Nasional (Pusiknas).

d. Unsur Pelaksana Utama Direktorat Bareskrim Polri (Ditbareskrim Polri) yaitu

Direktorat Tipidum, menangani tindak pidana terhadap keamanan Negara dan tindak pidana umum, Direktorat Tipideksus, menangani tindak pidana dalam bidang ekonomi dan keuangan / perbankan serta kejahatan khusus lainnya, Direktorat Tipidkor, menangani tindak pidana korupsi, kolusi, dan nepotisme, Direktorat Tipidnarkoba, menangani tindak pidana narkoba, Direktorat Tipidter, menangani tindak pidana tertentu yang tidak ditangani oleh Dit I sampai dengan Dit IV, dan Direktorat Tipidsiber, menangani tindak pidana ITE yang meliputi kejahatan menggunakan komputer sebagai alat utama (computer crime) dan kejahatan menggunakan komputer sebagai alat bantu (computer related crime).

4.1.2 Visi dan Misi serta Tujuan Bareskrim Polri

Menurut Fred R. David (Anisa & Rahmatullah, 2020) Visi dikatakan sebagai komitmen yang ditetapkan oleh suatu organisasi. visi merupakan bentuk statement yang mengandung jawaban dan penggambaran tentang suatu kondisi maupun citra perusahaan atau lembaga yang ingin diwujudkan pada masa yang akan datang, atau singkatnya statement visi dengan kata lain harus dapat menjawab kalimat.

Sedangkan Menurut Fred.R David (Anisa & Rahmatullah, 2020) Misi dapat dikatakan sebagai rincian hal – hal pokok yang dapat menunjang terwujudnya visi. Selain itu misi merupakan susunan rencana pokok yang mendeskripsikan alasan perusahaan atau lembaga tersebut dibuat dan ditujukan pada isu yang menjadi fokus perusahaan atau lembaga tersebut. Misi tersusun dari hal – hal pokok yang ingin dilakukan dan dicapai oleh sebuah perusahaan atau lembaga untuk menunjang keterwujudan visi (goal utama) yang telah ditetapkan.

1. Visi Bareskrim Polri Jakarta

“Terwujudnya Indonesia yang Aman dan Tertib guna mendukung Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden : "Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong-Royong".

2. Misi Bareskrim Polri Jakarta

Melindungi, mengayomi dan melayani masyarakat dalam memberikan perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman kepada seluruh warga serta mendorong kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa; serta menegakkan sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat dan terpercaya dan

menjamin tercapainya lingkungan hidup berkelanjutan. Adapun Janji Presiden (JP) di Polri ialah :

- a. penegakkan hukum terhadap kejahatan Premanisme, Lingkungan Hidup, Narkoba, TPPU, Radikalisme, Terorisma dan Intoleransi serta PPA;
- b. meningkatkan Sinergi dan Kerjasama antar Lembaga penegak hukum dan TNI;
- c. mengembangkan profesionalisme dan kesejahteraan anggota Polri, reformasi birokrasi guna menekan budaya koruptif dan tindakan yang berlebihan atau kekerasan eksekutif;

1. Tujuan Bareskrim Polri

- a. Menjamin terpeliharanya keamanan dan ketertiban masyarakat di seluruh wilayah NKRI;
- b. Menegakkan hukum secara berkeadilan;
- c. Mewujudkan Polri yang profesional;
- d. Modernisasi pelayanan Polri;
- e. Menerapkan manajemen Polri yang terintegrasi dan terpercaya.

4.1.3 Logo Bareskrim Polri

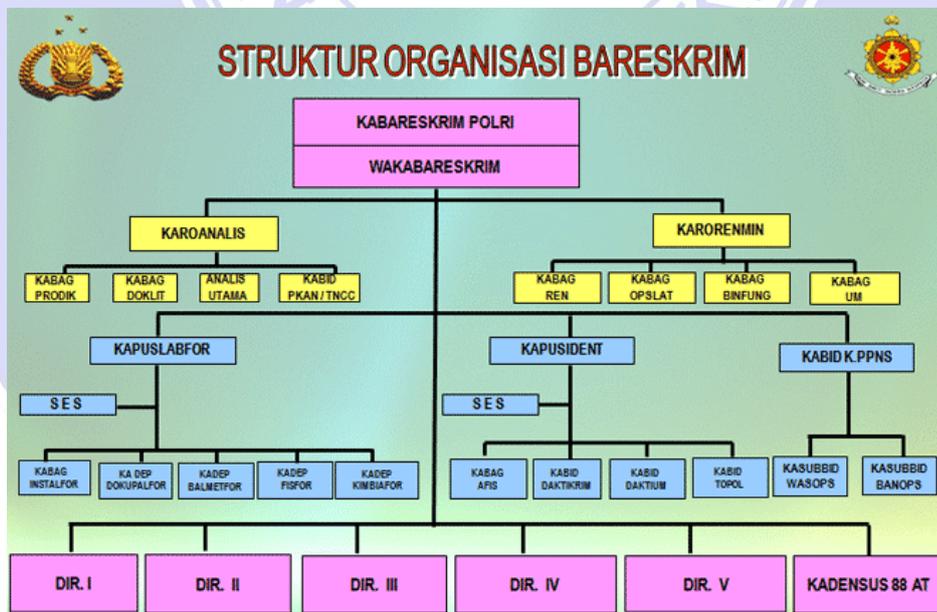
Logo merupakan bagian dari identitas perusahaan yang dirancang terutama sebagai simbol pembeda untuk dikenali di antara perusahaan-perusahaan lainnya, sebagai bentuk komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai ideal suatu perusahaan yang sengaja dibentuk, dan memainkan peran yang sangat penting dalam benak

masyarakat, khususnya peran dalam menciptakan persepsi yang kuat tentang perusahaan, serta mempunyai arti penting karena dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tersebut:



Gambar 2 Logo Bareskrim Polri

4.1.4 Struktur Kepegawaian



Gambar 3 Struktur kepegawaian Bareskrim Polri

Berikut ini struktur kepegawaian Breskrim Polri yang terdiri dari beberapa bagian:

1. Pimpinan Bareskrim Polri

- a. Kepala Badan Reserse Kriminal Polri (Kabareskrim):Komisaris Jenderal Polisi Drs. Wahyu Widada, M.Phil.
- b. Wakil Kepala Badan Reserse Kriminal Polri (Wakabareskrim): Inspektur Jenderal Polisi Asep Edi Suheri, S.I.K., M.Si.

2. Pelaksana Pimpinan dan Staf Bareskrim Polri

- a. Biro Pembinaan dan Operasional (Robinopsnal): Brigadir Jenderal Polisi Raden Yoseph Wihastono Yoga Pranoto, S.I.K., M.Hum.
- b. Biro Perencanaan dan Administrasi (Rorenmin): Brigadir Jenderal Polisi Drs. Adi Cahyo Hurip Mulyono, S.H., M.Si.
- c. Biro Pengawasan Penyidikan (Rowassidik): Brigadir Jenderal Polisi Iwan Kurniawan, S.I.K., M.Si.
- d. Biro Koordinasi dan Pengawasan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Rokorwas PPNS): Brigadir Jenderal Polisi Abdul Karim, S.I.K., M.Si.

3. Pelaksanaan Staf Khusus/Teknis

- a. Pusat Laboratorium Forensik (Puslabfor): Brigadir Jenderal Polisi Haris Aksara, S.H.
- b. Pusat Indonesia Automatic Fingerprint Identification System (Pusinafis) asalnya Pusident: Brigadir Jenderal Polisi Mashudi, S.I.K., S.H., M.Hum.
- c. Pusat Informasi Kriminal Nasional (Pusiknas): Brigadir Jenderal Polisi Yoyon Tony Surya Putra, S.I.K., M.H.

4. Pelaksana Utama Direktorat Bareskrim Polri (Ditbareskrim Polri), terdiri dari 6 Direktorat:

- a. Direktorat Tipidum, menangani tindak pidana terhadap keamanan Negara dan tindak pidana umum: Brigadir Jenderal Polisi Djuhandhani Rahardjo Puro, S.H.
- b. Direktorat Tipideksus, menangani tindak pidana dalam bidang ekonomi dan keuangan / perbankan serta kejahatan khusus lainnya: Brigadir Jenderal Polisi Whisnu Hermawan Februanto, S.I.K., M.H.
- c. Direktorat Tipidkor, menangani tindak pidana korupsi, kolusi, dan nepotisme: Brigadir Jenderal Polisi Cahyono Wibowo, S.H.,M.H.
- d. Direktorat Tipidnarkoba, menangani tindak pidana narkoba: Brigadir Jenderal Polisi Mukti Juharsa, S.I.K., M.H.
- e. Direktorat Tipidter, menangani tindak pidana tertentu yang tidak ditangani oleh Dit I sampai dengan Dit IV: Brigadir Jenderal Polisi Drs. Hersadwi Rusdiyono, S.H.
- f. Direktorat Tipidsiber, menangani tindak pidana ITE yang meliputi kejahatan menggunakan komputer sebagai alat utama (computer crime), kejahatan menggunakan komputer sebagai alat bantu (computer related crime): Brigadir Jenderal Polisi Adi Vivid Agustiadi Bachtiar, S.I.K., M.Hum., M.S.M.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Mendefinisikan masalah

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh seorang humas dalam tugasnya untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi adalah dengan mendefinisikan masalah

atau melakukan analisis situasi. Analisis situasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menganalisis bagaimana perilaku dan opini dari pihak-pihak yang terkait dengan Bareskrim Polri. Adapun hubungan yang terjalin antara anggota penyidik Bareskrim Polri Jakarta dengan publik eksternal atau masyarakat seperti yang dijelaskan peneliti dalam latar belakang yaitu hubungan yang terjalin tidak hanya hubungan secara formal saja akan tetapi hubungan antara masyarakat yang terjadi antara anggota penyidik Bareskrim Polri Jakarta dengan masyarakat juga sudah masuk ke ranah umum.

Hal itu diuraikan kembali oleh pernyataan yang diungkapkan oleh informan 1 sebagai berikut: “ hubungan yang baik akan terjadi dengan baik jika komunikasi antara anggota Bareskrim Polri Jakarta dengan para masyarakat dibentuk sedemikian mungkin dengan melakukan pendekatan dengan masyarakat, memberikan informasi yang jelas serta menciptakan kesan yang baik dan jelas terhadap stigma-stigma yang beredar di kalangan masyarakat sehingga masyarakat dapat menerima dengan positif sehingga tidak ada lagi rasa takut terhadap kepolisian (Informan 1, 2024).

4.3 Pembahasan

Humas pemerintah memiliki tiga fungsi utama yakni: a) Memberikan penerangan kepada masyarakat. b) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung. c) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (Bernay, 1952).

Humas pemerintah erat kaitannya dalam menciptakan reputasi pemerintahan yang baik di mata masyarakat. Lebih lanjut, humas pemerintah juga bertugas untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat seperti melakukan penyebaran

informasi terbaru dari instansi, yaitu peraturan terbaru instansi, keadaan instansi, serta informasi - informasi lain yang diperlukan oleh pihak eksternal. Peran ini bertujuan untuk membentuk reputasi organisasi. Reputasi yang baik dari sebuah instansi sangat dibutuhkan agar pihak eksternal menaruh kepercayaan kepada instansi dan mendukung instansi dengan sepenuhnya.

Bareskrim Polri juga menjalankan fungsi dan perannya sebagai yang harus dilakukan oleh humas pemerintahan. Menurut Fridolyn Teky S.H., M.H. selaku Bhayangkara Operasional Subdit 5 Dittipidter Bareskrim Polri mengatakan bahwa:

“Bahwa Bareskrim Polri saat ini sedang melakukan kegiatan sesering mungkin untuk memaksimalkan fungsi humas kepada masyarakat yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat guna mendapatkan reputasi yang baik yakni didapatkannya gelar anti kekerasan di zona integritas. Adapun peran-peran yang diupayakan oleh penyidik Bareskrim Polri adalah dalam media sosial yang berisi informasi-informasi terbaru terhadap masyarakat. Tetapi sebelum melakukan hal tersebut terhadap masyarakat kami selaku Penyidik Bareskrim Polri memberikan arahan serta penerangan kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempersuasi agar masyarakat juga dapat memberikan tanggapan yang baik”

Humas Bareskrim Polri Fikri Maulana jabatan Asisten Kasubbag Renmin Dittipidter Bareskrim Polri kemudian juga mengatakan bahwa:

“Fungsi tugas utama sebagai humas Bareskrim Polri kemudian dijalankan dengan memberikan penerangan terhadap masyarakat melalui media sosial dan juga terjun langsung kelapangan. Biasanya kami memberikan konten informatif seperti tata cara penanggulangan kekerasan, tata cara pengaduan tindak kekerasan. Selain itu pengadaan patrol dari pihak kepolisian untuk mencegah adanya tindak kekerasan

dan pemerasan di setiap Perusahaan sering diadakan untuk Upaya kami dalam membangun reputasi yang baik terhadap Bareskrim Polri. Sehingga persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat dapat secara langsung ”

Bareskrim Polri senantiasa mengintegritaskan perilaku dan tindakan yang baik sehingga masyarakat juga dapat membina dan melaksanakan sebagaimana yang sudah di informasikan untuk menjaga kegiatan usaha. Dengan Upaya yang telah dilakukan dalam fungsi kehumasan untuk memenuhi syarat tersebut adalah dengan mengoptimalkan dalam pengelolaan pemberdayaan aparatur negara dan pihak kepolisian untuk membantu mengawasi pihak-pihak Perusahaan dalam kegiatan usahanya.

Selanjutnya humas Bareskrim Polri untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa kekerasan dan pemerasan yang mereka dapatkan itu dapat dilaporkan langsung melalui call center polri 110 yang dapat diakses 24 jam secara gratis namun ini juga tidak bisa dilakukan dengan main-main atau bohong karena pihak Polri akan melacak masyarakat yang membuat laporan bohong tersebut.

Lalu Polri juga memberikan layanan konsultasi hukum gratis di Perqara yang Dimana masyarakat dapat membicarakan tentang hukum terkait dengan advokat professional secara gratis serta ini dapat membantu masyarakat mendapatkan Solusi hukum yang tepat.

Melakukan pendekatan secara langsung kepada masyarakat adalah strategi komunikasi yang efektif demi mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat serta menciptakan kesan baik Bareskrim Polri terhadap masyarakat , seperti yang sudah

dilakukan dengan melakukan program kegiatan sosial dengan memberikan pemahaman secara baik dan jelas ini mampu mengubah pemahaman masyarakat terhadap Citra Polri.

Jika hal tersebut sudah dilakukan maka Langkah selanjutnya adalah membawa perbaikan dalam pelayanan publik, meningkatkan daya saing nasional, dan membawa dampak positif pada keamanan masyarakat. Dengan mencerminkan komitmen instansi menjadi ikon birokrasi dalam pelayanan keamanan public, serta menciptakan lingkungan yang aman bagi masyarakat. Sehingga jika nantinya Bareskrim Polri telah melakukan itu semua, diharapkan komitmen yang telah disampaikan dapat terjaga dan meningkat dari segi pelayanan dan persepsi – persepsi masyarakat sehingga komunikasi serta hubungan baik antara Bareskrim Polri dan masyarakat dapat tetap terjaga juga demi keamanan serta ketertiban lingkungan bermasyarakat. Selain itu, peneliti juga mengharapkan bahwa media sosial akan terus aktif dalam mengunggah konten-konten informatif dan edukatif sehingga reputasi yang terbentuk sesuai dengan realitas yang diterima oleh masyarakat.



UNIVERSITAS

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bareskrim Pori terhadap masyarakat, dapat disimpulkan bahwa :

Bareskrim Polri dalam membangun komunikasi dengan masyarakat dapat dilihat dengan langkah-langkah yang telah dilakukan adalah:

1. Bareskrim Polri melakukan kegiatan melalui media sosial dengan memberikan informasi-informasi yang positif serta konten-konten yang disajikan ini sudah memberikan Langkah yang efektif untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat.
2. Dengan turun langsung berkomunikasi langsung dengan masyarakat serta mengadakan kegiatan sosial juga ini Langkah yang sangat baik sehingga hubungan dengan masyarakat bisa tetap terjalin serta pihak-pihak Polri juga bisa mendengarkan langsung informasi-informasi yang masyarakat alami di lingkungannya.
3. Layanan publik yang disediakan juga sudah sangat membantu kebingungan masyarakat terhadap masalah yang mereka alami dan ini menjadi salah satu cara mudah yang bisa dilakukan oleh masyarakat.

5.2 Saran

Peneliti akan mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk Bareskrim Polri serta jajaran yang terkait sebagai evaluasi atau masukan. Diantaranya dengan lebih meningkatkan sistem pelayanan publik sehingga masyarakat tidak kesulitan untuk mengakses layanan publik tersebut, serta lebih ditingkatkan lagi

program sosial atau penyuluhan terhadap masyarakat dari jajaran kepolisian dengan lebih sering berinteraksi atau berkomunikasi dengan masyarakat sehingga masyarakat lebih merasa aman jika ingin memberitahukan suatu kejadian yang mereka alami di lingkungan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Agustianti, Rifka, Pandriadi, W. (2022). Konsep Dan Karakteristik Penelitian Kualitatif. In *CV. Tohar Media* (Issue).

Amaliyyah, R. (2021).

Angeline, A., & Setyanto, Y. (2023). Penerapan Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Baik Perusahaan (Studi terhadap Helios Capital Asia). *Kiwari*, 2(2), 192–200. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.23997>

Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Agustianti, Rifka, Pandriadi, W. (2022). Konsep Dan Karakteristik Penelitian Kualitatif. In *CV. Tohar Media* (Issue).

Amaliyyah, R. (2021).

Angeline, A., & Setyanto, Y. (2023). Penerapan Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Baik Perusahaan (Studi terhadap Helios Capital Asia). *Kiwari*, 2(2), 192–200. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.23997>

Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *Journal EVALUASI*, 4(1), 70. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>

Aulia, P., & Zaen, N. (2023). Membangun Citra Perusahaan yang Kuat: Strategi Komunikasi untuk Keberhasilan. *Pujangga Baru*, 2(2341–2541), 12.

Chapter, B. (n.d.). *No Title*.

Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi

Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.

Effendy, O. U. (1993). *Human Relation dan Publik Relation*.

Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan.

Ability: Journal of Education and Social Analysis, 2(2), 8–21. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesa/article/view/139>

Hasibuan, M. A. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.

Ira Fatmawati. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Revorma: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 2(1), 39–55. <https://doi.org/10.62825/revorma.v2i1.18>

Jeffrey, J., & Junaidi, A. (2019). Kegiatan Public Relations Votrrro Coffee And Bar Dalam Menjaga Loyalitas Customer Votrrro Coffee And Bar. *Prologia*, 3(1), 142. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6231>

Lubis, N. L., & Hum, S. (2019). the Role of Government Public Relations in Building Social Capital: the Case of Indonesia'S Bureaucratic Reform Policy *Researchgate.Net*.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaoatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif

Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi*

Islam, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifuddin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, Bairizki, A., Lestari, A. S., & Utami, M. M. (2021). Komunikasi Organisasi. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

Siti Rohmah. (2021). *Teori-teori komunikasi*.

Suparyanto dan Rosad. (2020). Pemaparan Tentang Konsep. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.

Supit, B. F. (2023). Konsep Dasar Komunikasi Organisasi. *Tahta Media Group*, 12(2), 75.

Vladimir, V. F. (2020). Bab 2 Landasan Teori Citra Perusahaan. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.

Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies, Volume 2 N*, 25–37.

Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *Journal EVALUASI*, 4(1), 70. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>

Aulia, P., & Zaen, N. (2023). Membangun Citra Perusahaan yang Kuat: Strategi Komunikasi untuk Keberhasilan. *Pujangga Baru*, 2(2341–2541), 12.

Chapter, B. (n.d.). *No Title*.

Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.

Effendy, O. U. (1993). *Human Relation dan Publik Relation*.

Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di MIS Azzaky Medan.

Ability: Journal of Education and Social Analysis, 2(2), 8–21. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jesa/article/view/139>

Hasibuan, M. A. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.

Ira Fatmawati. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Revorma: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 2(1), 39–55. <https://doi.org/10.62825/revorma.v2i1.18>

Jeffrey, J., & Junaidi, A. (2019). Kegiatan Public Relations Votrrro Coffee And Bar Dalam Menjaga Loyalitas Customer Votrrro Coffee And Bar. *Prologia*, 3(1), 142. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6231>

Lubis, N. L., & Hum, S. (2019). the Role of Government Public Relations in Building Social Capital: the Case of Indonesia'S Bureaucratic Reform Policy *Researchgate.Net*.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifuddin, O., Hanika,

I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, Bairizki, A., Lestari, A. S., & Utami, M. M. (2021). Komunikasi Organisasi. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.

Siti Rohmah. (2021). *Teori-teori komunikasi*.

Suparyanto dan Rosad. (2020). Pemaparan Tentang Konsep. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.

Vladimir, V. F. (2020). Bab 2 Landasan Teori Citra Perusahaan. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.

Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies, Volume 2 N, 25–37*.



UNIVERSITAS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Mahasiswa

N.I.M : 44230594
Nama : Rizki Danuar
Tempat & Tanggal Lahir : Jakarta,05-11-2000

B. Riwayat Pendidikan Formal & Non-Formal

1. SDN 10 Petang, Lulus Tahun 2012
2. SMP Negeri 120 Jakarta Utara, Lulus Tahun 2015
3. SMK Cengkareng 1, Lulus Tahun 2018
4. Universitas Bina Sarana Informatika (D3), Lulus Tahun 2023

C. Riwayat Pengalaman Berorganisasi/Pekerjaan

Jakarta, 14 Juni 2024

UNIVERSITAS

Rizki Danuar

LAMPIRAN

DATA WAWANCARA NARASUMBER

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik
Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal

Nama Lembaga : Bareskrim Polri

Alamat Lembaga : Jl.Trunojoyo No.3, Rt.02/Rw.001 Selong, Kebayoran
Baru, Jakarta Selatan 12110.

Nama Narasumber : Muhammad Rifani Wibi, S.I.Kom.

Jabatan/Profesi : Humas Bareskrim Polri

Tanggal dan Waktu : Kamis 01 Juni 2024

Cara Wawancara : Langsung

Hasil Wawancara Narasumber :

1. Bagaimana sejarah dan perkembangan Bareskrim Polri?

Jawaban : Bareskrim itu badan reserse kriminal adalah bagian dari unsur-unsur pelaksanaan polri. Yang membantu tugas kepolri dalam membina dan menyelenggarakan penyelidikan dalam mengelolah informasi kriminal nasional. Bareskrim ini sendiri dibentuk pada tahun 1946 yang dimana bareskrim itu sendiri bernama korps reserse polri yang dimana masih dalam bawah naungan deputi operasi kapolri.

2. Apa visi dan Misi Bareskrim Polri?

Jawaban : visi kami sebagai bareskrim polri adalah "Terwujudnya Indonesia yang Aman dan Tertib guna mendukung Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden : "Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong-Royong". Dan misi kami juga tentu saja untuk Melindungi, mengayomi dan melayani

masyarakat dalam memberikan perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman kepada seluruh warga serta mendorong kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa; serta menegakkan sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat dan terpercaya dan menjamin tercapainya lingkungan hidup berkelanjutan.

3. Bagaimana Susunan Atau Tingkatan Polri ?

Jawaban : kami bareskrim polri memiliki 4 unsur utama dalam struktur kami. Pertama yaitu unsur pimpinan yang dimana didalam nya ada kepala bareskrim polri (kabareskrim), kedua yaitu unsur pembantu pimpinan dan pelaksana staff , ketiga ada unsur pelaksanaan staff khusu teknis, keempat ada unsur pelaksanaan utama diroktorat bareskrim polri yang dimana pada bagian ini mereka di tugaskan untuk menangani tindak pidana keamanan negara.

4. Seberapa penting peran bareskrim polri dalam membangun dan menjaga komunikasi dengan masyarakat?

Jawaban : Kehadiran seorang Public Relations memiliki peran yang sangat penting dalam kepolisian, karena seorang *Public Relations* merupakan suatu jembatan antara kami selaku anggota polri dengan masyarakat. Tuntutan lembaga harus mengerti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat nya demi menjaga serta membangun hubungan yang baik demi menciptakan lingkungan yang aman.

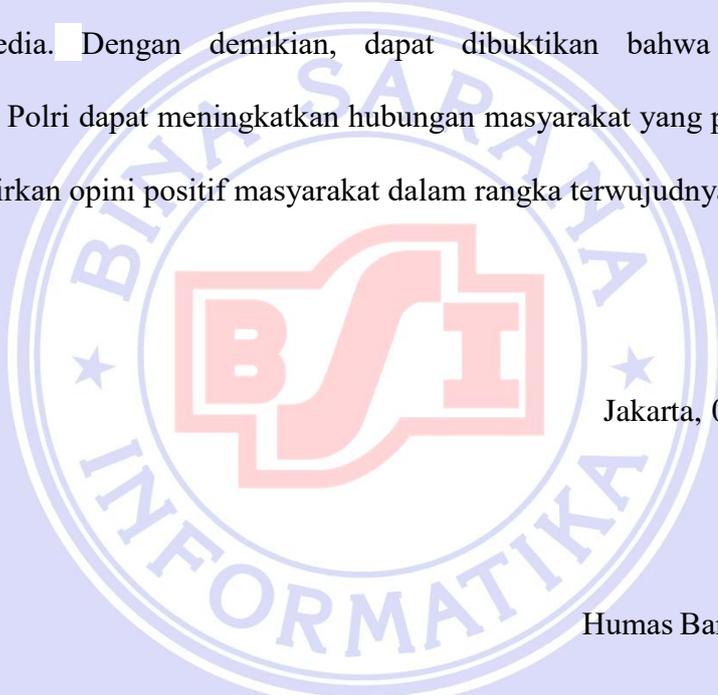
5. Sejauh ini bagaimana komunikasi antar bareskrim polri dan masyarakat?

Jawaban : komunikasi sangat penting bagi polri untuk mengomunikasikan dan menginformasikan kepada masyarakat tentang pelaksanaan tugas kepolisian dalam menegakan hukum dan memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat.

Masyarakat adalah prioritas publik kami, maka dari itu , dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat sangat penting karena presepsi dan citra masyarakat terhadap polri sangat tergantung dari hubungan masyarakat yang di jalankan oleh polri. Oleh karena itu perlu pendalaman yang dapat membuktikan bahwa terdapat korelasi antara komunikasi dengan hubungan masyarakat. Sebagai humas polri wajib menerapkan komunikasi polri yang dimana ada 3 hal penting yaitu mengelolah informasi, mendistribusikan informasi, dan menjalin kemitraan dengan media. Dengan demikian, dapat dibuktikan bahwa implementasi komunikasi Polri dapat meningkatkan hubungan masyarakat yang pada gilirannya akan melahirkan opini positif masyarakat dalam rangka terwujudnya citra Polri.

Jakarta, 01 Juni 2024

Humas Bareskrim Polri



UNIVERSITAS

SURAT KETERANGAN DARI PERUSAHAAN



BADAN RESEKSE KRIMINAL POLRI
DIREKTORAT TINDAK PIDANA TERTENTU
Jalan Trunojoyo 3, Keb. Baru, Jakarta 12110

Jakarta, 5 Juli 2024

Nomor : B/1107/VII/RES.5.5./2024/Tipidter
Klasifikasi : BIASA
Lampiran : -
Hal : permintaan riset, data dan wawancara penyidik Dittipidter Bareskrim Polri atas nama Sdr. Fridolyn Teky, S.H., M.H. dan Sdr. I Gede Indra Subagiarta, S.H.

Sehubungan dengan dibuat nya surat ini untuk Ujian Kenaikan Pangkat yang bersangkutan dibawah ini, menerangkan bahwa :

1. Nama : RIZKI DANUAR
2. Asal Universitas : Universitas Bina Sarana Informatika
3. Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi

telah melakukan kegiatan riset dan permintaan data pada kepada riset, data dan wawancara penyidik Dittipidter Bareskrim Polri untuk mahasiswa diatas terkait dengan judul skripsi "**Strategi Komunikasi Dalam Membangun Citra Baik Penyidik Bareskrim Polri Terhadap Publik Eksternal**" yang dibuat oleh mahasiswa tersebut, dan dicantumkan anggota kami yang melakukan pendampingan terhadap mahasiswa tersebut yaitu :

1. Nama : Fridolyn Teky, S.H., M.H.
Jabatan : Bhayangkara Operasional Subdit 5 Dittipidter Bareskrim Polri
2. Nama : I Gede Indra Subagiarta, S.H.
Jabatan : Bhayangkara Operasional Subdit 5 Dittipidter Bareskrim Polri

Demikian untuk menjadi maklum dan terima kasih.

Yang Meminta Keterangan Data


RIZKI DANUAR

a.n. DIREKTUR TINDAK PIDANA TERTENTU
WADIR


YULMAR TRY HIMAWAN, S.I.K., M.Si.
KOMISARIS BESAR POLISI NRP 72070697

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

INFORMAN 1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fridoly Teky
Umur : 32 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Bhayangkara Operasional Subdit 5 Dittipidter Bareskrim Polri
No. Telp :
Alamat :

Menyatakan bahwa mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi (S1) Universitas Bina Sarana Informatika atas nama:

Nama : Rizki Danuar
NIM : 44230594

Benar-benar telah melakukan penelitian berupa wawancara pada hari (Hari/Tanggal) dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "(STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA BAIK PENYIDIK BARESKRIM POLRI TERHADAP PUBLIK EKSTERNA)".

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS

Jakarta, (05/Juli/2024)

Informan/Narasumber



(Fridoly Teky)

Peneliti



(Rizki Danuar)

SURAT PERNYATAAN INFORMAN**INFORMAN 2**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gede Indra Subagiarta, S.H.
Umur : 36 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Bhayangkara Operasional Subdit 5 Dittipidter Bareskrim Polri
No. Telp : 085344822040
Alamat : Jalan Trunojoyo 3 , Keb. Baru, Jakarta 12110

Menyatakan bahwa mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi (S1) Universitas Bina Sarana Informatika atas nama:

Nama : Rizki Danuar
NIM 44230594

Benar-benar telah melakukan penelitian berupa wawancara pada hari (Hari/Tanggal) dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "(STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN CITRA BAIK PENYIDIK BARESKRIM POLRI TERHADAP PUBLIK EKSTERNA)".

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, (05/Juli/2024)

Informan/Narasumber



(I Gede Indra Subagiarta, S.H.)

Peneliti



(Rizki Danuar)