

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk saling berbagi informasi dari suatu tempat, orang, ataupun kelompok. Dengan tujuan memberikan suatu informasi dan mengkomunikasikan kepada audiens, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kehidupan berorganisasi. Dalam organisasi, komunikasi sangat dibutuhkan karena akan menjadi penghubung antara anggota agar tercapainya sebuah tujuan bersama.

Salah satu aspek yang penting dalam pelaksanaan pelayanan publik atau efektifnya berkomunikasi adalah kemampuan seorang pemimpin dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain karena komunikasi adalah hal yang paling lumrah dilakukan dalam orang memberikan pelayanan. Pelayanan yang dimaksudkan yakni segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang undangan yang memiliki derajat keunggulan sehingga dapat memberi kepuasan terhadap masyarakat.

Nanlohy & Siahaan, C. (2021) mendefinisikan komunikasi sebagai aktivitas manusia yang melibatkan pengiriman dan penerimaan informasi melalui berbagai media. Dalam suatu kelompok atau organisasi, komunikasi sangat penting karena mendorong kolaborasi, hubungan positif, dan koordinasi kelompok yang efektif. Diharapkan jika komunikasi berjalan dengan efektif, tujuan yang diinginkan akan tercapai dan tujuan untuk membangun hubungan dengan orang-orang akan terlaksana.

Mencapai pemahaman yang dimaksudkan tentunya dibantu oleh komunikasi yang efektif yang dikembangkan baik dalam pengaturan individu maupun kelompok. Menurut Muspawi, Aryati, Gulo, dan Hasanah (2023), tujuan dari komunikasi ini adalah untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima guna memperoleh pemahaman dan tanggapan yang sesuai tanpa munculnya konflik yang disebabkan oleh kesalahpahaman. Kemampuan pemimpin untuk berinteraksi dengan masyarakat sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menegakkan peraturan didukung oleh komunikasi yang efektif dalam layanan publik, yang harus berkualitas tinggi untuk memenuhi harapan publik.

Komunikasi, menurut Ayuningtyas (dalam Fauzan Ahmad Siregar dan Lailatul Usriyah, 2021), adalah proses menyampaikan dan memahami makna yang secara langsung berdampak pada dedikasi individu terhadap suatu organisasi, berdampak positif pada kepercayaan, dan memengaruhi komitmen. Cita-cita ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi untuk meningkatkan kinerja individu, dedikasi, dan produktivitas di dalam perusahaan. Ada dua pendekatan untuk memahami suatu organisasi: objektif dan subjektif. Secara subjektif, ini merujuk pada proses membangun perilaku, tetapi secara objektif, diyakini bahwa suatu organisasi pasti memiliki suatu struktur.

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) tampaknya sudah dikenal dengan baik, menurut Lela, N. & Rustiana (dalam Pranabella & Puspasari, 2021). Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan publik atas nama bisnis, organisasi, dan institusi untuk mendorong pemahaman dan harmoni dengan komunitas. Tidak hanya membina hubungan yang baik, tetapi fungsi *public relations* dalam manajemen adalah untuk mempertahankan dan membangun hubungan yang menguntungkan antara organisasi dan publik, yang dapat berdampak signifikan pada kegagalan atau keberhasilan organisasi. Dengan kata lain, *public relations* membantu tindakan manajemen mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Nahdiah (2021) dalam kegiatan Humas, komunikasi persuasif berupa ajakan atau himbauan sangat diperlukan untuk memengaruhi kepercayaan serta mengubah sikap dan perilaku masyarakat. Upaya mengubah perilaku dan pola pikir sebagai respons terhadap informasi yang disampaikan dikenal sebagai *pesan persuasif*. Komunikasi tersebut bersifat pribadi, edukatif, menarik, dan rinci, serta disampaikan dalam bahasa sehari-hari (Ratnasari, 2020). Sebagai sumber informasi resmi untuk suatu perusahaan atau institusi, hubungan masyarakat bertanggung jawab untuk menginformasikan publik tentang berbagai topik, terutama yang penting untuk diketahui. Dari pemerintah di tingkat gubernur dan walikota hingga lembaga atau institusi lainnya, tanggung jawab dan kewajiban hubungan masyarakat mencakup berbagai industri. Kepala departemen hubungan masyarakat, yang mengawasi beberapa departemen di bawah pengawasannya, menangani fungsi hubungan masyarakat di pengaturan kepolisian.

Komunikasi dalam penelitian ini juga menunjukkan bagaimana Humas memainkan peran strategis dalam pengelolaan citra atau reputasi organisasi. Reputasi organisasi yang dibangun melalui komunikasi yang baik menciptakan kepercayaan publik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap organisasi atau instansi. Sebagai contoh, dalam lembaga kepolisian, humas tidak hanya bertugas untuk memberikan informasi tentang

kebijakan atau tindakan polisi, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat agar lebih taat hukum dan menciptakan lingkungan sosial yang lebih aman.

Selain menegakkan hukum, hubungan masyarakat kepolisian secara aktif terlibat dalam pendidikan masyarakat, meningkatkan kesadaran publik, dan memengaruhi perilaku demi kondisi sosial dan lingkungan yang positif. Perlindungan dan pelayanan masyarakat adalah tanggung jawab kepolisian. Pemberian surat izin mengemudi (SIM), surat keterangan catatan kepolisian (SKCK), sertifikat registrasi kendaraan (STNK), dan sertifikat kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB) adalah beberapa layanan yang ditawarkan kepolisian kepada publik (Lusiana, 2023). Hubungan masyarakat, yang kita pikirkan sebagai hubungan komunitas, memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi, klaim Baharun & Awwaliyah (dalam Anam, K. 2021). Hubungan masyarakat bertugas untuk berkomunikasi dengan komunitas atas nama organisasi. Komunitas diikat oleh hubungan yang telah lama terjalin dan bisa dibilang stabil.

Bidang Hubungan Masyarakat, yang sering dikenal sebagai hubungan komunitas, berurusan dengan komunikasi internal dan bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan pemangku kepentingannya. Komunikasi adalah salah satu tugas yang dilakukan oleh seorang spesialis hubungan masyarakat. Karena perannya atau sifatnya dalam perusahaan tempat lembaga hubungan masyarakat beroperasi, komunikasi ini memiliki kualitas tertentu. Mengingat komunikasi ini akan menghasilkan umpan balik, aktivitas hubungan masyarakat ini bersifat timbal balik. Umpan balik akan mengarah pada komunikasi yang efektif. Komunikasi seorang profesional hubungan masyarakat ditujukan untuk mencapai komunitas serta bisnis atau organisasi lain. Oleh karena itu, hubungan masyarakat dan komunikasi sangat terkait karena komunikasi yang efektif menghasilkan seorang praktisi hubungan masyarakat yang profesional (Akbar, Evadianti, & Asniar, 2021).

Andreas M. Kaplan (dalam Anik Suryaningsih, 2020) mengklaim bahwa media sosial adalah aplikasi *online* yang dibangun berdasarkan filosofi Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan membagikan konten yang dihasilkan pengguna. Dailey (dalam Anik Suryaningsih, 2020) menegaskan bahwa media sosial adalah bentuk konten yang proses produksinya memanfaatkan teknologi penerbitan yang tersedia dan dapat diukur. Pengguna media sosial bebas untuk memberikan informasi, ulasan, dan pendapat tanpa ada batasan.

Keberhasilan Humas sangat bergantung pada penerapan model komunikasi dalam setiap interaksi dengan audiens. Model komunikasi berfungsi untuk membantu humas merancang pesan yang sesuai, memilih saluran komunikasi yang tepat, serta memahami bagaimana pesan tersebut diterima oleh publik. Dengan menerapkan model komunikasi yang tepat, humas dapat memastikan pesan yang disampaikan efektif, efisien, dan menciptakan hubungan yang positif dengan publik. Secara keseluruhan, komunikasi merupakan inti dari peran humas, dan model komunikasi menjadi acuan dalam menyampaikan pesan yang tepat dan efektif, demi mencapai tujuan organisasi dalam menjaga citra dan reputasi yang baik.

Menurut pernyataan Putri (2021), model komunikasi Berlo adalah perluasan linier dari model komunikasi Shannon dan Weaver. Paradigma komunikasi Berlo dibedakan oleh penekanan pada proses pengkodean dan dekode. David K. Berlo menyoroti empat elemen kunci dalam model komunikasi ini: pengirim, pesan, saluran, dan penerima. Model komunikasi Berlo juga dikenal sebagai model komunikasi SMCR karena keempat elemen ini. Pesan dibuat dan disesuaikan dengan karakteristik penerima, serta bagaimana saluran komunikasi digunakan untuk memaksimalkan pemahaman dan respons publik, adalah faktor kunci dalam efektivitas hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat dapat membangun hubungan yang menguntungkan dengan menggunakan model komunikasi

Berlo untuk memastikan bahwa pesan-pesan tersebut efektif, dapat dipahami, dan diterima dengan baik oleh penerima.

Dalam penelitian ini, *Source* adalah tim humas Polresta Kupang Kota yang bertugas menyusun dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Kualitas komunikasi sangat bergantung pada bagaimana sumber mengelola pesan yang akan disampaikan. *Message* adalah isi informasi yang dirancang agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat penerima. *Channel* merupakan media komunikasi yang digunakan, seperti media sosial atau konferensi pers, yang harus dipilih dengan mempertimbangkan efektivitas penyampaian pesan. Sedangkan *Receiver* adalah masyarakat sebagai penerima pesan yang memiliki karakteristik berbeda-beda.

Selain model komunikasi, strategi humas juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyampaian informasi. Strategi yang dirancang secara matang dapat menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif, terlebih di era digital seperti saat ini. Menurut Ruslan (dalam Muharman et al, 2021) Strategi persuasive dan edukatif merupakan pendekatan yang biasa dilakukan oleh seorang humas melalui komunikasi dua arah dengan tujuan untuk menyebarluaskan informasi yang dapat memberikan edukasi dan penerangan terkait dengan organisasi kepada khayalak, dalam hal ini organisasi yang dimaksud adalah kepolisian.

Dalam pelaksanaannya, Humas Polresta Kupang Kota memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik konvensional maupun digital, seperti media sosial, siaran pers, konferensi pers, serta kegiatan tatap muka dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter menjadi sarana yang efektif dalam menjangkau masyarakat luas secara cepat dan interaktif. Melalui *platform* ini, humas tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog dengan masyarakat, menjawab pertanyaan, serta menanggapi kritik dan masukan. Hal ini sejalan dengan prinsip

komunikasi dua arah dalam model SMCR Berlo, di mana keberhasilan penyampaian pesan sangat ditentukan oleh umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi merupakan elemen fundamental dalam praktik Hubungan Masyarakat (Humas). Penggunaan model komunikasi yang tepat, seperti model SMCR Berlo, terbukti efektif dalam membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Model ini membantu dalam menyusun pesan secara sistematis sehingga informasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk Humas dalam membentuk citra positif dan memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi. Hal ini menarik karena citra, reputasi, dan kesuksesan sebuah organisasi sangat dipengaruhi oleh komunikasinya.

Alasan dilakukannya penelitian ini adalah karena peran komunikasi dalam hubungan masyarakat (Humas), terutama di institusi pemerintahan seperti Polresta Kupang Kota, sangat penting dalam membangun citra positif dan menyampaikan informasi yang tepat waktu kepada masyarakat. Selain menilai efektivitas model komunikasi SMCR, penelitian ini juga relevan untuk mengevaluasi strategi humas yang diterapkan oleh Polresta Kupang Kota dalam membangun hubungan yang konstruktif dengan masyarakat. Strategi humas tidak hanya berperan sebagai pelengkap dalam proses komunikasi, tetapi juga sebagai komponen inti yang menentukan bagaimana pesan dirancang, disampaikan, dan diterima oleh publik. Dalam konteks institusi kepolisian, strategi yang bersifat persuasif, edukatif, dan partisipatif sangat diperlukan agar informasi yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga dapat membentuk opini dan sikap positif masyarakat terhadap kinerja kepolisian. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menilai teknis komunikasi berdasarkan model SMCR, tetapi juga menganalisis bagaimana strategi humas

dijalankan secara sinergis untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif, memperkuat citra institusi, dan meningkatkan kepercayaan publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait Analisis Efektivitas Model Komunikasi Berlo (SMCR) dan Strategi Humas dalam Penyampaian Informasi oleh Humas Polresta Kupang Kota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana efektivitas model komunikasi SMCR dan juga menekankan pentingnya strategi humas dalam mendukung keberhasilan proses komunikasi tersebut. Strategi humas yang diterapkan oleh Polresta Kupang Kota, seperti pendekatan persuasif, edukatif, serta pemanfaatan media digital khususnya media sosial menjadi faktor penentu dalam meningkatkan daya jangkauan dan kualitas penyampaian informasi.

Strategi ini tidak hanya membantu memperjelas pesan, tetapi juga memungkinkan institusi untuk menyesuaikan konten komunikasi dengan karakteristik audiens yang beragam. Dengan mengintegrasikan model SMCR dalam kerangka strategi humas yang terencana, Humas Polresta Kupang Kota dapat membangun komunikasi yang lebih efektif, memperkuat citra positif kepolisian, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga keamanan dan ketertiban bersama. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak terlepas dari perencanaan strategi humas yang adaptif terhadap dinamika sosial dan perkembangan teknologi komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah mengenai :

Bagaimana Strategi Dan Efektivitas Model Komunikasi Berlo “SMCR” Oleh Humas Polresta Kupang Kota Dalam Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana Strategi Dan Efektivitas Model Komunikasi Berlo “SMCR” Oleh Humas Polresta Kupang Kota Dalam Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini diharapkan dapat membantu dari sudut pandang metodologis, teoretis, dan praktis, terutama bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Keuntungan berikut diharapkan dari temuan penelitian:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1) Penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu komunikasi, khususnya bidang *public relations*. Fokus penelitian ini adalah tentang bagaimana Strategi Dan Efektivitas Model Komunikasi Berlo “SMCR” Oleh Humas Polresta Kupang Kota Dalam Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat

2) Sebagai referensi, terutama untuk mahasiswa ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang ingin melakukan studi terhadap model komunikasi humas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan Humas Polresta Kupang Kota terkait Efektivitas Model Komunikasi Berlo (SMCR) Dan Strategi Humas Dalam Penyampaian Informasi Oleh Humas Polresta Kupang Kota dalam meningkatkan persepsi masyarakat tentang kinerjanya.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis

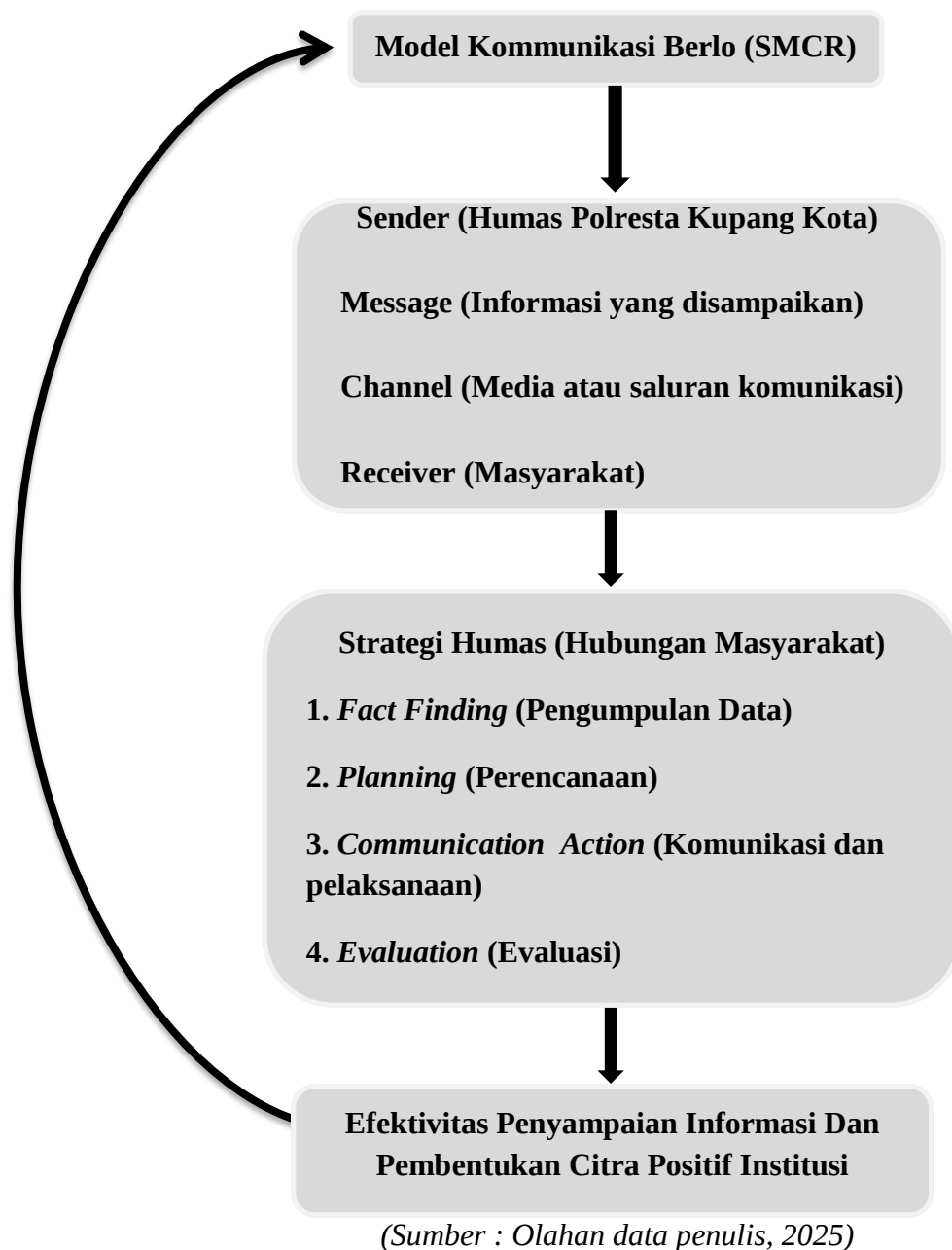
1.5.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual, yang juga dikenal sebagai kerangka berpikir, berfungsi sebagai dasar untuk merangkum temuan penelitian dan dibangun dari fakta, pengamatan, dan studi kajian pustaka. Dalam konteks penelitian ini, diperlukan sebuah kerangka kerja yang memberikan ringkasan isi dari penelitian mengenai Analisis Strategi Dan Efektivitas Model Komunikasi Berlo “SMCR” Oleh Humas Polresta Kupang Kota Dalam Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat

Kerangka kerja ini bertujuan untuk menyajikan alur pemikiran yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian serta menjelaskan bagaimana proses penelitian akan dilakukan. Kerangka kerja ini akan menguraikan metode berpikir dan landasan logis yang digunakan dalam Menganalisis Strategi Dan Efektivitas Model Komunikasi Berlo “SMCR” Oleh Humas Polresta Kupang Kota Dalam Penyampaian Informasi Kepada Masyarakat

Bagan 1.1

Kerangka Pemikiran



1.5.2 Asumsi

Asumsi atau anggapan dasar ini merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, satu pendapat atau kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara yang belum dibuktikan. Asumsi dalam penelitian ini adalah Model komunikasi Berlo (SMCR) serta Strategi Humas dianggap relevan dan mampu menjelaskan proses penyampaian informasi oleh Humas Polresta Kupang Kota kepada masyarakat.

1.5.3 Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai dugaan awal atau perkiraan sementara yang memerlukan pembuktian atau pengujian lebih lanjut terhadap kebenarannya (Kriyantono, 2022). Dengan demikian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah Model komunikasi Berlo (SMCR) dan Strategi Humas berperan penting dalam menunjang efektivitas penyampaian informasi oleh Humas Polresta Kupang Kota kepada masyarakat melalui media sosial.