

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepolisian merupakan salah satu dari berbagai institusi yang bertugas menegakkan hukum di Indonesia. Kepolisian merupakan lembaga pemerintah yang memiliki peran penting dan tanggung jawab langsung di bawah naungan presiden. Sebagai penegak hukum, mereka bertindak sebagai pelindung, pengayom, dan pemelihara keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas). Salah satu tanggung jawab kepolisian sebagai lembaga pemerintah di Indonesia adalah melakukan fungsi tersebut.

Salah satu lembaga pemerintah yang bertanggung jawab untuk melindungi dan membantu masyarakat adalah kepolisian. Dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 Pasal 2 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menyebutkan bahwa fungsi kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan negara di bidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.

Dalam kepolisian, terdapat hierarki wilayah tugas yang mencakup beberapa tingkatan. Pada tingkat pusat, terdapat Mabes Polri yang merupakan istilah untuk pusat komando utama. Pada tingkat provinsi, terdapat Polda yang bertanggung jawab dalam wilayah tersebut. Pada tingkat kabupaten atau kota

madya disebut Polres, yang memiliki tanggung jawab dalam wilayah tersebut. Sedangkan pada tingkat kecamatan, kepolisian dikenal dengan istilah Polsek yang merupakan kepolisian setempat. Mabes Polri, sebagai pusat komando utama tertinggi, akan menangani langsung situasi atau masalah di tingkat nasional.

Dalam menjalankan tugasnya, polisi tidak terlepas dari beberapa anggota yang disinyalir sebagai oknum yang dapat mempengaruhi reputasi dan citra kepolisian itu sendiri. Ada banyak oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan hal-hal di luar tanggung jawab instansi, yang seharusnya tidak dilakukan dan pada akhirnya dapat merugikan instansi itu sendiri.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh peneliti di berbagai media online dari tahun 2020 hingga 2023 menunjukkan bahwa masih maraknya oknum anggota yang terlibat dalam beberapa kasus kriminal, dan pemberitaan negatif tersebut telah memicu penyelidikan secara mendalam. Keterlibatan tersebut dapat mempengaruhi eksistensi Polda Bengkulu dan citra lembaga tersebut, sehingga mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian. Berikut adalah beberapa contoh pemberitaan negatif yang berkaitan dengan oknum anggota Polda Bengkulu.

4 Oknum Polisi di Bengkulu Selatan Dilaporkan ke Polisi, Diduga Rusak Tempat Karaoke

Reporter: **Febi Elmasdito** | Editor: **Heri Aprizal** |
Kamis 05-01-2023,15:44 WIB



Nediyanto (tengah) kuasa hukum dan korban Marlana (kanan) melaporkan 4 oknum polisi di Bengkulu Selatan atas dugaan pengrusakan karaoke.--Dokumen/rakyatbengkulu.disway.id

Gambar 1. Berita Negatif Kericuhan di tempat karaoke

Sumber : rakyatbengkulu.disway.id

Kompolnas Dorong Propam Turun Tangan Dugaan Kasus Polisi Tekuk Leher Pemuda di Bengkulu

 Redaksi

2 bulan ago



Caption foto: Juru Bicara (Jubir) Komisi Kepolisian Nasional Republik Indonesia (Kompolnas RI) Poengky Indarti, (Foto/dok: kompolnas)

Gambar 2. Berita Negatif Penganiayaan

Sumber : Infonegeri.id

Oknum Polisi di Bengkulu Tertangkap Tangan Bawa Narkoba

Rabu 26-10-2022, 18:01 WIB

Reporter : Rizky

Editor : Rajman Azhar



Gambar 3. Berita Negatif narkoba

Sumber : bengkuluekspres.com

Munculnya berbagai pemberitaan miring tentang instansi polda Bengkulu sangat mempengaruhi opini dan citra dimata masyarakat. Jika dibiarkan berlanjut, hal ini dapat menimbulkan persepsi negatif dan kurangnya empati masyarakat terhadap polda Bengkulu, yang pada akhirnya mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat.

Penyebaran pemberitaan negatif dapat menyebabkan masalah bagi institusi, termasuk Polda Bengkulu. Isu adalah suatu perubahan yang beragam, yang biasanya terjadi di lingkungan publik dan dapat berdampak signifikan pada operasi perusahaan atau kepentingan jangka panjangnya. Jika tidak dikelola dengan baik, konflik akan muncul sebagai masalah awal. Menurut

Kriyantono (2012), isu muncul ketika ada perbedaan atau ketidaksesuaian antara harapan publik dan kebijakan, operasional, produk, atau komitmen organisasi terhadap publiknya. Pentingnya manajemen isu dalam konteks ini menjadi semakin nyata, manajemen isu dapat diartikan sebagai upaya strategis untuk mengelola dan merespons isu yang muncul di masyarakat mengenai instansi tertentu. Dalam hal ini, Humas Polda Bengkulu memiliki peran penting dalam mengelola isu-isu yang berkaitan dengan pemberitaan negatif anggota kepolisian.

Ketika ada perubahan masalah muncul dan berkembang, jadi Humas Polda Bengkulu harus menangani masalah untuk menghindari masalah yang diakibatkan olehnya. Karena aktivitas organisasi mempengaruhi aktivitas masyarakat dan sebaliknya, aktivitas masyarakat mempengaruhi aktivitas organisasi. Manajemen isu memungkinkan organisasi untuk melacak dan mengidentifikasi masalah. Mengidentifikasi masalah harus dilakukan dengan hati-hati menentukan apakah ada masalah yang mungkin menimbulkan masalah. Selanjutnya, staf manajemen isu dapat memilih isu mana yang paling penting bagi organisasi dan paling berdampak.

Menurut Regester dan Larkin dalam Prayudi (2008), istilah "isu" mengacu pada situasi yang terjadi di dalam atau di luar suatu organisasi, jika tidak diselesaikan secara berkelanjutan akan berdampak signifikan pada fungsi atau aktivitas organisasi secara keseluruhan untuk kepentingan masa depan perusahaan. Perusahaan harus melakukan penyelesaian melalui pihak internal

maupun eksternal sebelum masalah berkembang dan mengganggu operasi organisasi. Dengan adanya masalah ini, masyarakat sudah cenderung memiliki pandangan yang negatif tentang polisi. Reputasi institusi kepolisian dirusak oleh sejumlah oknum yang nakal. Jadi, peran polisi sebagai pengayom dan pelindung masyarakat belum sempurna.

Untuk organisasi yang memiliki peran penting, citra harus terus dibangun dan dipertahankan agar tetap memiliki posisi yang baik. Citra yang baik merupakan salah satu pegangan yang paling penting, karena dapat membangun kepercayaan masyarakat yang kuat untuk menjaga hubungan baik antara kepolisian dan masyarakat. Bagi sebuah lembaga besar, citra merupakan dasar untuk membangun kepercayaan masyarakat. Maka dari itu, penting untuk mempertahankan citra. Citra juga merupakan representasi keberhasilan dan hasil kerja keras untuk menjunjung tinggi profesionalisme dalam menjalankan tugas.

Berita positif maupun negatif di media akan berdampak pada citra, sehingga humas yang bertanggung jawab untuk menjaga citra organisasi tidak boleh disepelekan. Polri memiliki reputasi yang kuat sebagai lembaga penegak hukum yang tegas, namun dapat runtuh jika reputasi mereka sebagai lembaga penegak hukum dipertanyakan. Sehingga apabila ada pemberitaan yang muncul mengenai Polda Bengkulu dalam menjalankan tugas, humas harus sigap meluruskan pemberitaan tersebut.

Pada titik ini, peran humas kepolisian sangat penting untuk menginformasikan peraturan dan kegiatan yang berkaitan dengan pendekatan kepada masyarakat. Dependensi antara perseorangan dengan firma, dan pemerintah dengan lembaga-lembaga sosial serta publik telah membentuk kepentingan terhadap peran baru dalam pengelolaan. Peran tersebut yang dinamai hubungan masyarakat atau humas, sehubungan dengan itu humas diakui keberadaannya Soemirat (2004).

Setiap organisasi bergantung pada kepercayaan publik untuk bertahan dan berkembang. Kepercayaan publik juga merupakan kekuatan internal dan eksternal yang menentukan keberlangsungan organisasi. Semuanya harus transparan karena masyarakat menginginkan hal tersebut. Humas Polda Bengkulu berfungsi sebagai jalur informasi bagi lembaga atau organisasi kepada publik, dan informasi yang diterima publik merupakan pendapat dan dianggap sebagai umpan balik terhadap informasi yang telah dibagikan. Opini publik harus digunakan sebagai tolak ukur dan evaluasi kinerja institusi polisi dalam melaksanakan tugasnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa humas Polda Bengkulu diminta untuk memberikan informasi yang lebih transparan kepada publik.

Selain memainkan peran penting dalam sebuah lembaga atau organisasi, humas harus mampu menjalankan peran mereka dengan baik, seperti penasihat, membantu menyelesaikan masalah, dan menjadi fasilitator komunikasi dalam situasi apa pun. Jangan lupa bahwa humas adalah bagian penting dari media.

Pemberitaan negatif tentang anggota kepolisian dapat memiliki dampak yang merugikan, baik terhadap citra institusi kepolisian maupun individu yang terlibat. Media memiliki kekuatan untuk menciptakan persepsi dan opini publik, sehingga penting bagi humas polda Bengkulu perlu menerapkan strategi manajemen isu yang efektif. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Isu Hubungan Masyarakat Kepolisian Daerah Bengkulu Dalam Mengatasi Pemberitaan Negatif Terkait Anggota Kepolisian”

B. Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen isu yang dilakukan hubungan masyarakat kepolisian daerah Bengkulu terkait isu-isu pemberitaan negatif anggota kepolisian?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui manajemen isu humas polda Bengkulu terkait isu-isu pemberitaan negatif anggota kepolisian.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang manajemen isu di bidang humas, khususnya dalam konteks kepolisian. Melalui analisis praktik dan strategi manajemen isu yang digunakan oleh Humas Polda

Bengkulu, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih kaya tentang bagaimana organisasi dapat mengelola isu negatif yang melibatkan anggota kepolisian.

2. Manfaat Praktis

Studi ini dapat memberikan wawasan dan saran praktis bagi praktisi humas, khususnya yang berada dalam lingkungan kepolisian. Hasil penelitian dapat membantu praktisi humas dalam mengembangkan manajemen isu, dan memperbaiki citra organisasi di tengah pemberitaan negatif.

E. Fokus Penelitian

Untuk ketepatan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti melakukan pembatasan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada, Manajemen Isu Hubungan Masyarakat Kepolisian Daerah Bengkulu Dalam Menangani Pemberitaan Negatif Terkait Anggota Kepolisian sehingga penelitian ini menjadi lebih spesifik dan menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian.

F. Kajian Pustaka

Beberapa karya yang relevan dengan judul yang dibuat akan dideskripsikan dalam tinjauan literatur yang dilakukan oleh peneliti. Dengan tujuan menghindari kesamaan dalam penulisan, kemudian ada beberapa karya yang relevan. Penulis membandingkan berbagai masalah untuk menemukan hasil penemuan baru. Beberapa karya yang terkait diantaranya :

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu membantu peneliti dalam mencari perbandingan untuk menemukan inspirasi baru, penelitian terdahulu membantu peneliti dalam memposisikan penelitian dan mengetahui bangunan keilmuan yang telah dibuat oleh orang lain, sehingga penelitian yang akan dilakukan benar-benar baru dan belum pernah diteliti oleh orang lain. Dengan melihat penelitian sebelumnya, peneliti dapat dengan mudah membagi kontribusi yang akan dibuat.

Penelitian pertama, yaitu jurnal karya Kustiawati, dkk (2019) yang berjudul “Strategi Public Relation dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia”. Kasus Pizza Hut muncul setelah pemberitaan di media mengenai makanan yang tidak higienis karena salah satu pelanggan menemukan hewan menjijikkan dan mengunggahnya di Facebook. Kontaminasi makanan tersebar luas di Facebook dan dibagikan oleh puluhan ribu netizen, menimbulkan reputasi buruk bagi Pizza Hut dan

membuat kasus serupa mulai muncul di internet. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi cara Public Relations menangani masalah di Pizza Hut untuk mengurangi dampak negatifnya.

Hasil penelitian menunjukkan metode manajemen isu Pizza Hut pada tahap identifikasi yang memantau pemberitaan, media sosial, dan hasil riset masyarakat. Kemudian dibuat skala prioritas yang disusun berdasarkan berbagai faktor, masalah terkait dengan prioritas jenis produk adalah salah satunya. Dalam tahap kedua, penyelidikan terhadap prosedur operasi standar (SOP) yang digunakan oleh karyawan dilakukan untuk mengumpulkan informasi. PizzaHut kemudian dapat memutuskan untuk menerapkan strateginya, yaitu berkomunikasi dengan kuat dan meminta maaf kepada pengunggah pihak terkait, dan menandatangani perjanjian perdamaian. Terakhir, penilaian dilakukan melalui pelaksanaan survei kepuasan di berbagai lokasi Pizza Hut di Indonesia.mengurangi dampak buruk restorannya.

Penelitian kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin, dkk (2020) dengan judul “Komunikasi Krisis Public Relations dalam Manajemen Isu Aduan Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19 di Jakarta”. Pandemi COVID-19 berdampak pada banyaknya aduan siswa tentang stres saat belajar secara online.

Penelitian ini membahas bagaimana pandemi ini berdampak pada banyaknya aduan tersebut. Karena masalah ini, pemerintah pusat harus mengambil tindakan untuk mencegah kerusakan reputasi kemendikbud. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana humas kemendikbud menggunakan strategi analisis dan komunikasi manajemen isu krisis untuk mengurangi kepanikan publik di Jakarta selama pandemi Covid-19.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemendikbud menangani masalah dalam lima tahapan, dan kasus ini tidak dapat digeneralisasikan. Pemantauan media sosial dan berita digital adalah tahap pertama. Selanjutnya, skala prioritas penyelesaian masalah diatur, dalam hal ini isu kebijakan. Selanjutnya, mengumpulkan informasi untuk membangun strategi PR yang tepat. Untuk menemukan solusi, rapat koordinasi dengan kemenag dan KPAI dilakukan. Mereka dapat berbagi informasi tentang panduan bimbingan untuk menanggulangi masalah di rapat ini. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk memenuhi kebutuhan psikologis siswa dan mengurangi stres selama pendidikan online.

Penelitian ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sigit Wahono (2020) yang berjudul “Strategi Komunikasi PT Semen Indonesia (PERSERO) Tbk dalam Manajemen Isu Pembangunan

Pabrik Semen di Rembang”. Komunitas Jaringan Masyarakat Peduli Pegunungan Kendeng (JMPPK) menyatakan penolakan mereka terhadap pembangunan pabrik semen baru di wilayah Kabupaten Rembang. Sebenarnya, sejak tahun 2012, komunitas tersebut telah mengalami penolakan. Dengan menggunakan metode studi kasus jenis penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi masalah manajemen yang dihadapi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengelolaan isu secara aktif menggunakan media monitoring, baik cetak maupun online, untuk melakukan proses identifikasi. PT Semen Indonesia Tbk kemudian, membuat strategi perimbangan isu melalui media massa dan membuat tagar trending topic di Facebook dan Twitter. Dengan melakukan pengalihan dan pemberitaan positif, perusahaan berusaha mengurangi ancaman yang mengancam reputasinya. Selain itu, tim komunikasi krisis memastikan bahwa informasi dikirim sesuai dengan data dan fakta yang ada. Untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan, konten yang didistribusikan kepada masyarakat menunjukkan perkembangan proyek, jalur hukum, dan program pemberdayaan masyarakat yang sedang berjalan. Setelah itu, mereka melakukan evaluasi secara

berkala melalui Instagram untuk mengetahui seberapa efektif pendekatan yang digunakan.

Nama	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan
Kiki Kustiawati, Aan Setiadarma dan Anjang Priliantini	Strategi Public Relation dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia	Kustiawati, dkk. (2019). Strategi Public Relations dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia. <i>Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika</i> , 8(1), 53-62.	Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas mengenai manajemen isu,	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian
Fachruddin, Edison, Gema Irhamdhika dan Indah Juniar	Komunikasi Krisis Public Relations dalam Manajemen Isu Aduan Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19	Fachruddin, dkk (2020). Komunikasi Krisis Public Relations dalam Manajemen Isu Aduan Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19 Di Jakarta. <i>Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika</i> , 1(8), 1086-1098.	Persamaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti sebelumnya membahas mengenai

	di Jakarta		an metode penelitian kualitatif.	aduan siswa yang stress saat pandemic covid-19 di Jakarta, sedangkan penelitian ini membahas tentang isu pemberitaan negatif anggota kepolisian di polda Bengkulu.
Sigit Wahono	Strategi Komunikasi PT Semen Indonesia (PERSERO) Tbk dalam	Wahono, S. (2020). Strategi Komunikasi PT Semen Indonesia (PERSERO) Tbk Dalam Manajemen Isu Pembangunan	Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya

	Manajemen Isu Pembangunan Pabrik Semen di Rembang	Pabrik Semen Di Rembang. <i>MEDIAL OG: Jurnal Ilmu Komunikasi</i> , 3(2), 1-12.	an metode kualitatif untuk memperoleh gambaran tentang masalah yang terjadi di lapangan.	ya berfokus pada strategi komunikasi dalam manajemen isu sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi humas dalam manajemen isu.
--	---	---	--	---

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Sumber : Olahan Peneliti

2. Kerangka Teori

a. Public Relation Pemerintah

Public Relations adalah bagian dari pemerintahan yang bertanggung jawab untuk mengelola kebijakan publik dan pelayanan publik. Dalam bidang kebijakan publik, salah satu tugas public relations pemerintah adalah memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat masyarakat. Dalam bidang pelayanan publik, tujuan public relations adalah memberikan pelayanan terbaik dengan birokrasi yang sederhana untuk memberikan kepuasan masyarakat sehingga pemerintah memperoleh citra positif Ardianto (2014). Dalam dunia pemerintahan, tujuan public relations adalah membuat berbagai program pemerintahan yang dapat meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik untuk mendapatkan opini publik yang menguntungkan Ardianto (2014).

Dengan tidak adanya elemen komersil, hubungan masyarakat pemerintah berbeda dengan fungsi dan tugas humas di instansi non-pemerintah. Difokuskan pada pelayanan publik atau untuk meningkatkan pelayanan umum. Humas sering disebut dengan istilah seperti sekretaris pers, informan, spesialis masalah publik, atau spesialis komunikasi. Mereka bertanggung jawab untuk menginformasikan publik tentang program atau inisiatif pemerintah Sari (2012).

1) Tugas Hubungan Masyarakat Pemerintah

Menurut Dimock dan Koenig (1987), tugas humas pemerintah sebagai berikut:

- a) Upaya dalam memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan, kebijaksanaan, dan tujuan pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
- b) Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program pembangunan di bidang sosial, budaya, ekonomi, politik, dan ekonomi, serta menjaga stabilitas dan keamanan bangsa.
- c) Kejujuran dalam melakukan pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan harus dipelihara atau dipertahankan saat mereka melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing Ruslan (2014).

2) Peran Hubungan Masyarakat Pemerintahan

Menurut Ruslan (2014), peran humas pemerintahan terbagi menjadi dua , yakni:

- a) Humas adalah tugas taktis jangka pendek untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat umum dan khalayak tertentu. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain dan berusaha “menyampaikan presepsi” dengan tujuan lembaga atau instansi untuk mendorong atau mempengaruhi pendapat masyarakat.
- b) Tugas strategis (jangka panjang) humas adalah untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pengambilan keputusan dan memberikan saran, gagasan, dan ide-ide inovatif untuk mendukung program kerja lembaga atau lembaga yang bersangkutan serta pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir, bagaimana melakukan upaya untuk menciptakan gambaran atau pendapat masyarakat yang baik.

b. Hubungan Masyarakat (Humas) Kepolisian Daerah (Polda)

Polisi memiliki bidang humas yang sangat penting, di mana mereka harus dapat membangun hubungan dengan pihak eksternal dan internal untuk mendapatkan informasi publik dan menumbuhkan kepercayaan publik. Secara umum, humas membutuhkan strategi yang diharapkan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat untuk menciptakan citra positif tentang polisi.

Kepolisian Daerah (Polda) adalah lembaga kepolisian Republik Indonesia yang berada di bawah naungan Kapolri dalam struktur organisasinya. Polda di tingkat provinsi memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk menyelenggarakan operasi polisi di wilayah mereka. Dengan kata lain, polisi berfungsi sebagai cabang langsung dari Mabes Polri. Berdasarkan Undang-Undang Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2010 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pada Tingkat Kepolisian Daerah, humas Polda Bengkulu bertanggung jawab untuk memberikan layanan informasi publik sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008.

c. Definisi Manajemen Isu

Manajemen isu dikenal dalam mengelola masalah, tren, atau peristiwa yang mungkin terjadi di dalam atau di luar perusahaan

secara proaktif. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasinya dengan menggunakan masalah sebagai peluang untuk meningkatkan reputasinya. Memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, membuat kebijakan strategik pada tingkat manajemen, implementasi kebijakan sebagai tindakan mengantisipasi masalah, dan evaluasi dampak kebijakan dalam rangka mendukung aktivitas perusahaan adalah semua metode yang digunakan dalam upaya mengelola isu Prayudi (2016).

Dalam situasi seperti ini, banyak hal dalam kehidupan manusia yang terkait dengan aktivitas bisnis dan dapat menjadi masalah sensitif, kemudian menjadi masalah masyarakat. Perusahaan pasti dapat mengendalikan masalah yang muncul di masyarakat, tergantung bagaimana *Public Relations* melihat lingkungannya Kriyantono (2012).

Menurut Regester dan Larkin dalam Prayudi (2007), organisasi harus lebih memperhatikan hal-hal seperti hukum, lingkungan, keselamatan, teknologi baru, politik, sosial, industri khusus, ekonomi, dan hukum. Jika masalah diabaikan, kemungkinan besar isu akan berkembang menjadi krisis yang dapat menghancurkan reputasi perusahaan. Masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan, atau nilai adalah beberapa contoh masalah. Isu bermula dari ketidaksesuaian antara harapan publik

dan tindakan organisasi, yang jika diabaikan dapat berdampak negatif pada organisasi. Jika masalah yang sedang berlangsung tidak ditangani dengan tepat, mereka tidak hanya akan menghambat pencapaian tujuan perusahaan, tetapi juga dapat membahayakan eksistensinya sendiri.

Organisasi diharapkan memiliki kemampuan untuk memprediksi peristiwa masa depan Kriyantono (2012). Munculnya isu disebabkan oleh :

1) Ketidakpuasan sekelompok masyarakat

Isu dapat terjadi ketika adanya unsur ketidakpuasan yang dialami oleh sekelompok masyarakat terhadap sesuatu seperti produk, pelayanan, harga ataupun macam-macam bentuk lainnya yang diberikan oleh korporat kepada masyarakat tersebut.

2) Terjadinya peristiwa dramatis

Ketika suatu peristiwa yang signifikan terjadi oleh organisasi, seperti kebakaran di pabrik suatu perusahaan, penipuan yang dilakukan oleh organisasi, masalah lain juga dapat muncul.

3) Perubahan sosial

Selain itu, perubahan sosial juga dapat menyebabkan suatu masalah terjadi. Misalnya, dampak krisis ekonomi, yang dapat mempengaruhi bisnis secara langsung maupun tidak langsung, dapat memperburuk kinerja mereka.

4) Kurang optimalnya kekuatan pemimpin

Dalam hal ini, isu juga dapat muncul apabila *leadership* dari seorang pemimpin perusahaan atau organisasi kurang optimal.

Interaksi organisasi dengan masyarakat umum dan lingkungan sosialnya selalu menyebabkan masalah. Menurut Regester dan Larkin dalam Kriyantono (2012), pengelola isu public relation harus memahami tahapan-tahapan isu :

1) Tahap Origin (*Potential Stage*)

Pada tahap ini isu tidak terlihat jelas dan tampak, dalam tahap ini biasanya ada beberapa publik yang mengekspresikan perhatiannya pada suatu isu dan memberikan opini tentang isu tersebut. Kadang kala publik juga melakukan suatu tindakan tertentu terhadap isu tersebut. Tahap origin ini sangat penting karenan menentukan apakah isu dapat kelola dengan baik atau tidak. Di tahap ini humas haruslah aktif dalam memonitor (*scanning*) lingkungannya.

2) Tahap *Amplification* dan *Mediation* (*Imminent Stage / emerging*)

Pada tahap ini publik dan pemangku kepentingan telah dapat mendefinisikan isu. Selain itu dengan jelas, di tahap ini tekanan dari isu telah dapat dirasakan oleh organisasi. Publik sudah mulai mulai mendukung isu-isu yang menyebar, hal ini yang menyebabkan isu

mulai berkembang, pada tahap ini organisasi masih dapat menjaga agar isu tidak membesar. Seringkali isu susulan sering muncul sehingga membuat organisasi kebingungan dalam mengatasi isu tersebut. Untuk mengatasi hal ini organisasi haruslah memperhatikan isu lain nya yang ada dan tidak terfokus pada satu isu saja.

3) Tahap Organisasi (*Current Stage dan Critical Stage*)

Pada saat ini, masalah telah berkembang menjadi tahap yang mendesak dan mengancam organisasi, sehingga organisasi perlu bertindak. Pada tahap ini, publik sudah marah dan meminta organisasi berubah. Organisasi telah mengalami banyak kerugian. Karena masyarakat sudah membentuk jaringan dan mengorganisasikan diri, tahap ini disebut sebagai tahap organisasi. Media massa memberitakan masalah ini berulang kali, sehingga masalah semakin populer, dan orang-orang juga menyebarkannya dalam jaringan mereka. Hasilnya, banyak pendapat publik tentang masalah ini muncul di media, membuat banyak orang lain yang tidak tahu terseret.

4) Tahap *Resolution (Dormant Stage)*

Pada tahap ini, masalah telah diselesaikan secara menyeluruh, dan perselisihan antara media dan regulator telah berhenti. Dalam situasi seperti ini, organisasi telah melakukan banyak perubahan. Krisis telah berakhir dan ini adalah fase tidur sementara. Namun, jika ketidakpuasan publik muncul lagi, masalah ini dapat muncul kembali.

Menurut Chase & Jones 1997 dalam Kriyantono (2015), aktivitas manajemen masalah terdiri dari lima tahap. Tahap-tahap ini universal, karena menjadi standar internasional dan menjadi formula untuk akademisi. Berikut lima langkah tersebut:

a) Identifikasi Isu (*Issue Identification*)

Setiap masalah yang memengaruhi organisasi harus dikenal terlebih dahulu oleh *public relations*. Pada tahap ini, proses identifikasi isu dapat menggunakan beberapa cara, yaitu:

- 1) Polling opini adalah sebuah acara public relations yang secara berkala mengumpulkan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada masyarakat umum. Pertanyaan ini dapat dimasukkan ke dalam majalah internal, koran, atau melalui pos.
- 2) Menggelar Focus Group Discussion (FGD) dengan para pemimpin pendapat (*opinion leaders*).

- 3) Monitoring berita-berita, melakukan kliping atau merekam berita.
- 4) Menyediakan kolom opini yang di mana pendapat publik dan internal dapat dimasukkan.
- 5) Secara aktif melakukan komunikasi blusukan, mengunjungi kelompok publik dan berkomunikasi dengan mereka untuk menampung aspirasi mereka.
- 6) Memonitor dan menjalin hubungan melalui dunia maya (internet).

Setiap perusahaan harus mengidentifikasi masalah saat menghadapi isu yang muncul. Adanya tren, perubahan, atau peristiwa adalah beberapa kemungkinan yang dapat menyebabkan isu, maka sangat diperlukan langkah dalam mengelola isu. Identifikasi isu memiliki tujuan untuk membantu jaringan dan beberapa isu potensial untuk dapat ditangani. Dengan keahlian yang dimiliki *public relations* dalam riset dan komunikasi dengan beragam publik, maka *public relations* memiliki peranan penting dalam mengidentifikasi isu.

Kemampuan riset yang dimiliki *public relations* sangat membantu dalam identifikasi isu. *Public relations* juga dapat melakukan analisis isi media untuk mencermati tren, perubahan atau

peristiwa yang bisa membawa konsekuensi bagi perusahaan. Dari data yang telah dikumpulkan melalui pendekatan maupun riset dapat menjadi tahap awal dari identifikasi isu.

b) Analisis Isu (*Issue Analysis*)

Tujuan tahap ini adalah mengetahui kebenaran sebuah isu, penyebabnya, dan dari mana sumbernya. Proses analisis ini diperkuat dengan riset yang bertujuan mengidentifikasi opini para pemuka pendapat atau figur berpengaruh di masyarakat tentang isu yang terjadi. Public relations dapat membuat daftar isu (*issues lists*) berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya mengelompokkan isu-isu tersebut berdasarkan kelompok publik yang kemungkinan berpengaruh pada isu-isu tersebut, berdasarkan penyebabnya dan berdasarkan akibat yang mungkin terjadi.

Pada tahapan analisis isu, langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan sumber isu. Biasanya isu tidak muncul hanya dari satu sumber saja, isu melibatkan berbagai pihak yang terpengaruh oleh isu yang muncul. Beberapa pihak yang umumnya terlibat dalam dampak isu yaitu masyarakat, pemerintah, atau organisasi dan perusahaan. Pada dasarnya analisis isu mencakup faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Adapun faktor internal yang dimaksud meliputi kebijakan perusahaan, prosedur

dan aksi yang berhubungan dengan isu yang muncul. Faktor eksternal dari isu adalah dampak lingkungan, ekonomi, sosial, politik yang terpengaruh oleh peristiwa atau keputusan yang terkait dengan isu tersebut. .

c) **Pilihan Strategi Perubahan Isu (*Issue Change Strategy Options*)**

Penyampaian posisi atau sikap organisasi terhadap masalah disebut sebagai respons. Ini berarti bahwa program kegiatan tersebut dirancang untuk mempresentasikan tujuan organisasi, serta pendapatnya tentang isu dan mempengaruhi publik mengenai isu tersebut. Tahap ini dikenal sebagai pilihan strategi untuk mengubah masalah. Artinya, organisasi menentukan sikapnya terhadap masalah untuk menyelesaikannya dengan cara yang akan menguntungkan organisasi. Menurut Regenster Larkin (2008), membagi strategi dalam tiga fase, yaitu :

1) *Adaptive Change Strategy*

Pendekatan terbuka dan akomodatif untuk perubahan, yang mengantisipasi perubahan dan memungkinkan diskusi konstruktif untuk mencapai kesepakatan dan akomodasi. Ini mendorong organisasi untuk menjadi terbuka terhadap masalah yang sedang berkembang. Dalam penelitian ini *Adaptive Change Strategy* fokus pada kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. *Adaptive*

Change Strategy juga adalah salah satu strategi dalam manajemen isu yang terbuka dan adaptif terhadap perubahan.

Strategi ini mengantisipasi perubahan dan menawarkan dialog konstruktif untuk menangani isu-isu yang muncul. *Adaptive Change Strategy* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menangani isu-isu yang kompleks dan dinamis. Strategi ini memungkinkan organisasi untuk merespons isu-isu yang muncul dengan cepat dan tepat sehingga, dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Berikut ini beberapa ciri dari *Adaptive Change Strategy* dalam manajemen isu:

- a) *Adaptive Change Strategy* mengakui bahwa perubahan adalah hal yang tidak dapat dihindari dan perlu diantisipasi. Oleh karena itu, strategi ini terbuka terhadap perubahan dan siap untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi.
- b) *Adaptive Change Strategy* menekankan pentingnya dialog konstruktif dalam menangani isu-isu yang muncul. Dialog konstruktif ini melibatkan berbagai pihak terkait dan bertujuan untuk mencari solusi yang terbaik bagi semua pihak.

- c) *Adaptive Change Strategy* merespons isu-isu yang muncul dengan cepat dan tepat. Strategi ini mengutamakan tindakan yang proaktif dan preventif untuk mencegah isu-isu yang lebih besar terjadi di kemudian hari.
 - d) *Adaptive Change Strategy* mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Strategi ini tidak kaku dan rigid, melainkan fleksibel dan adaptif terhadap situasi yang berubah
- 2) *Reactive Change Strategy* adalah strategi berdasarkan ketidakinginan organisasi untuk berubah dengan tetap menekankan pada perilaku sebelumnya. Menurut strategi ini, kebijakan organisasi selama ini sudah efektif menghadapi isu yang terjadi. Disebut juga strategi *stonewalling*, karena organisasi kukuh atau tidak bergeming bagaikan dinding batu. Dalam strategi perubahan reaktif, organisasi hanya akan bereaksi jika muncul isu-isu yang memojokan atau kurang menguntungkan bagi citra organisasi. *Reactive Change Strategy* adalah strategi manajemen perubahan yang dilakukan sebagai respons terhadap masalah atau peristiwa yang tidak terduga. Strategi ini melibatkan mengidentifikasi masalah atau peristiwa, mengevaluasi dampaknya pada organisasi, dan merancang strategi dan rencana untuk mengatasi masalah atau peristiwa

tersebut. Tujuan dari *strategi Reactive Change* adalah untuk meminimalkan dampak negatif dari perubahan yang tidak terduga dan untuk beradaptasi dengan situasi baru dengan lancar. Dalam manajemen isu, strategi *Reactive Change* dapat digunakan untuk menangani masalah atau peristiwa yang tidak terduga yang dapat mempengaruhi citra organisasi. Strategi ini memungkinkan organisasi untuk merespons masalah atau peristiwa dengan cepat dan tepat, serta menyesuaikan diri dengan situasi yang baru.

3) *Dynamic Response Strategy*

Dynamic response strategy bertujuan untuk mengantisipasi dan membantu proses pengambilan keputusan agar sesuai dengan kepentingan publik. Strategi ini memberikan arahan bagaimana berkampanye melawan isu. Pendekatan ini menjadikan organisasi sebagai pelopor pendukung perubahan.

d) **Pelaksanaan Program Isu (*Issue Action Programming*)**

Issue Action Program adalah salah satu langkah dalam manajemen isu. Manajemen isu adalah proses manajemen strategis yang membantu organisasi untuk mendeteksi dan merespons isu-isu yang mempengaruhi mereka, bukan hanya merespon isu-isu tersebut. *Issue action program* merupakan salah satu dari lima langkah dalam model Chase-Jones, yang meliputi identifikasi isu,

analisis isu, strategi perubahan isu, program aksi isu, dan evaluasi hasil. Contoh program aksi isu meliputi pemilihan cara dalam merespon isu, penerapan kebijakan untuk mendukung strategi yang dipilih, dan evaluasi hasil.

Dalam manajemen isu, *Issue Action Program* sangat penting karena membantu organisasi untuk mengambil tindakan yang tepat dan efektif dalam merespon isu-isu yang mempengaruhi mereka. Dengan *Issue Action Program*, organisasi dapat merespon isu-isu tersebut secara proaktif dan mencegah masalah yang lebih besar terjadi di kemudian hari.

Istilah "*Issue Action Program*" merujuk pada pendekatan atau strategi praktis dalam mengatasi isu-isu atau masalah tertentu yang muncul dalam lingkungan organisasi atau masyarakat. Pada tahap ini, organisasi melaksanakan program-program yang telah disusun untuk merespon isu. Pelaksanaan program ini merupakan upaya yang nyata meminimalkan *expectation gap* antara publik dan organisasi. Diharapkan untuk memberikan aksi nyata bahwa organisasi telah mengubah sikap, yaitu dalam merancang program strategis telah didasarkan kepada kebutuhan publik yang tercermin dari isu-isu yang berkembang. Tahap ini membutuhkan koordinasi sumber daya untuk menyediakan dukungan yang optimal agar tujuan dan target dapat tercapai.

Menurut Rosady Ruslan 2002 dalam Nova (2009), strategi *public relation* atau yang lebih di kenal dengan bauran PR adalah :

- 1) Publikasi (*Publications*), Setiap fungsi dan tanggung jawab bagian humas termasuk dalam menyelenggarakan publikasi atau penyebaran informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan organisasi yang harus diketahui publik. Kemudian, informasi tersebut di publikasi dengan harapan mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat secara keseluruhan. Dalam situasi seperti ini, tanggung jawab humas adalah menghasilkan berita yang meningkatkan reputasi lembaga atau organisasi yang diwakilinya.
- 2) Penyusunan program acara (*Event*), merancang suatu acara atau lebih dikenal dengan peristiwa (*special event*) yang ditentukan dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu dengan tujuan memengaruhi persepsi publik.
- 3) Menciptakan berita (*News*), Berusaha menghasilkan berita melalui press release, news letter, dan bulletin, yang biasanya menggunakan teknis penulisan 5W + 1H dengan penulisan piramida terbalik, dengan informasi yang paling penting berada di bagian depan atau intro dan informasi yang kurang penting berada di tengah batang berita. Untuk alasan ini, seorang humas harus memiliki kemampuan menulis karena

sebagian besar tugasnya terkait dengan tulisan, terutama pembuatan publisitas.

- 4) Kepedulian kepada komunitas (*Community Involvement*), keterlibatan tugas sehari-hari seorang Humas adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.
- 5) Memberitahukan dan meraih citra (*Inform or image*), Humas memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif dari suatu proses “*nothing*” diupayakan menjadi “*something*”. Dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tau menjadi suka, dan kemudian diharapkan timbul sesuatu yaitu berupa citra.
- 6) Pendekatan dan bernegosiasi (*Lobby or Negotiation*), keterampilan untuk melobi secara pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang Humas. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.
- 7) Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*), memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas Humas menunjukkan

bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. Bentuknya beragam seperti peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis, dan masih banyak kegiatan lainnya.

e) Evaluasi Hasil (*Result Evaluation*)

Evaluasi Program dalam manajemen isu adalah proses kritis untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak dari respons atau program aksi yang telah dijalankan oleh organisasi dalam mengatasi isu-isu yang muncul. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengukur sejauh mana program aksi atau respons yang diambil telah mencapai tujuan yang ditetapkan dan apakah upaya tersebut telah berhasil dalam mengelola isu dan dampaknya terhadap organisasi. Program riset diperlukan untuk menilai apakah upaya untuk menyelesaikan masalah telah berjalan dengan baik.

Hal ini juga memungkinkan organisasi untuk menjadi lebih tanggap dan adaptif dalam menghadapi tantangan yang berkembang di lingkungan mereka. Evaluasi program dalam manajemen isu merupakan tahap penting dalam proses manajemen isu. Evaluasi program dilakukan untuk mengevaluasi implementasi program,

menjalankan monitoring, dan mengevaluasi hasil akhir dari penilaian program yang telah dilaksanakan.

Evaluasi program dalam manajemen isu penting untuk menilai keberhasilan program dan menentukan apakah program perlu ditingkatkan atau diperbaiki di masa depan. Evaluasi program juga dapat membantu organisasi untuk belajar dari pengalaman dan meningkatkan kemampuan dalam menghadapi isu-isu yang kompleks dan dinamis.

d. Citra

Citra adalah sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide, dan kesan yang diperoleh dari suatu objek, baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra, atau melalui informasi yang diperoleh dari sumber tertentu. Menurut Ruslan (2010), citra adalah kombinasi dari gagasan, keyakinan, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek tertentu.

Tanggapan terhadap citra dapat berupa tindakan positif seperti dukungan, partisipasi, peran aktif, atau tindakan positif lainnya. Untuk tindakan negatif berbentuk penolakan, permusuhan, kebencian, atau bentuk tindakan negatif lainnya. Setiap individu dan organisasi akan menerima citra berupa respons positif maupun negatif, tergantung pada proses pembentukannya dan arti objek sarannya. Selain itu, setiap orang

berhak untuk memilih cara mereka melihat diri mereka sendiri dan organisasi.

1) Jenis-jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2007), citra terbagi dalam beberapa kategori, yaitu:

- a) Cerminan citra (*The mirror image*), yaitu bagaimana dugaan citra manajemen terhadap *public* eksternal dalam melihat perusahaannya.
- b) Citra Masih hangat (*The current image*), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.
- c) Citra yang diinginkan (*The wish image*), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
- d) Citra yang berlapis (*The multiple image*), yaitu beberapa orang, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat memiliki perspektif tertentu yang tidak selalu sesuai dengan perspektif organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

A. Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1 Kerangka pemikiran

Sumber : Olahan peneliti

B. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian manajemen isu pada humas polda Bengkulu yang mengalami pemberitaan negatif terkait anggota kepolisian ini adalah n jenis studi kualitatif. Pengertian dari penelitian kualitatif sendiri merupakan studi yang mana dimaksudkan untuk mendeskripsikan serta mengevaluasi fenomena, kejadian, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran individu dan kelompok Bachri (2010).

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif mengumpulkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan individu. Studi kasus berarti mempelajari suatu kasus, individu, atau situasi secara menyeluruh Creswell (2014).

Studi kasus merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki secara cermat suatu hal dengan pengumpulan informasi lengkap menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data. Selain itu, studi kasus juga dilakukan untuk memperoleh pengertian yang mendalam dan menganalisa secara lebih intensif tentang sesuatu terhadap individu, kelompok, atau situasi Creswell (2014).

Alasan utama peneliti memilih metode penelitian kualitatif karena dengan menggunakan metode ini, peneliti diharapkan dapat menjelaskan

secara lebih mendalam tentang manajemen isu humas polda Bengkulu dalam mengatasi pemberitaan negatif terkait anggota kepolisian.

2. Lokasi/Objek Penelitian

Objek penelitian adalah kumpulan elemen yang dapat diteliti untuk mendapatkan data yang lebih terarah. Elemen-elemen ini dapat berupa individu, organisasi, barang, atau pokok masalah yang akan diteliti Supranto (2000). Objek penelitian ini di kantor Kepolisian Daerah (Polda) Bengkulu yang terletak di Jl. H. Adam Malik No. KM. 9, Sido Mulyo, Kecamatan Gading Cempaka, Kota Bengkulu.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober sampai bulan Desember tahun 2023.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013), tahap paling penting dari penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari analisis adalah untuk mendapatkan data. Oleh karena itu, peneliti harus membuat teknik pengumpulan data yang tepat. Salah satu syarat keberhasilan penelitian adalah ketepatan dalam menentukan dan memilih teknik pengumpulan data yang tepat. Dengan demikian, diharapkan bahwa metode pengumpulan data yang tepat akan membantu

peneliti mendapatkan data yang tepat dan informasi yang diperlukan. Observasi, Wawancara, dan dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti.

A. Observasi

Menurut Yusuf (2013), keberhasilan observasi sebagai metode pengumpulan data sangat bergantung pada peneliti sendiri, karena melihat dan mendengarkan objek penelitian. Kemudian, peneliti menyimpulkan dari apa yang sudah diamati. Dengan menggunakan metode observasi ini, peneliti tidak hanya melihat objek penelitian tetapi juga mencatat data, kondisi, dan alat yang mendukung tentang tindakan humas Polda Bengkulu.

B. Wawancara

Menurut Sugiyono (2009), wawancara adalah jenis tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada subjek penelitian untuk mendapatkan informasi yang relevan tentang subjek penelitian. Dengan metode wawancara ini, peneliti mendapatkan informasi secara langsung dari responden penelitian. Informan pada wawancara ini yaitu :

1. AKP Ahmad Khairuman, S.H., M.Si., Paur Pullah Infodok Subbid PID Bid Humas

2. AIPDA David Wahyudi, S.M. PS.pamin 2 Subbid Penmas Bid Humas
 3. IPTU Desty Sukarlia Sari Paur Pensat Subbid Penmas Bid Humas
 4. Drs. Alex Periyansyah (Kepala Kecamatan Singaran Pati)
 5. Eko Saputra (Masyarakat kota Bengkulu)
 6. Een (Admin Bengkulu info)
- C. Dokumentasi

Ketika proses penelitian berlangsung, peneliti juga dapat untuk mengumpulkan *qualitative documents* yang berarti dokumen-dokumen kualitatif. Dokumen-dokumen pada penelitian kualitatif sendiri bisa dalam berupa bentuk dokumen publik, yaitu laporan, koran, makalah, laporan kantor. Selain dokumen publik, adapula dokumen privat. Dokumen privat terdiri dari buku harian subjek, diary subjek, surat, dan juga e-mail Creswell (2014). Konten yang diunggah subjek yang menjadi kajian objek penelitian dari peneliti.

5. Teknis Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data harus dilakukan bersamaan dengan bagian lain dari penelitian kualitatif, seperti pengumpulan data dan penulisan temuan Creswell (2014). Penelitian ini menggunakan metode analisis data Miles & Huberman dalam Rijali (2019), berikut teknik analisis data yang digunakan dilapangan :

A. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memprioritaskan, dan mengubah data kasar untuk penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi. Contoh reduksi data terdiri dari meringkas data, mengkodekannya, menelusuri atau mengeksplorasi tema, dan membuat gugus-gugus adalah semua contoh reduksi data sendiri Rijali (2019).

B. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menyusun sekumpulan informasi yang dikumpulkan untuk memungkinkan pengambilan keputusan dan penarikan kesimpulan. Beberapa contoh penyajian data penelitian kualitatif diantaranya ada matriks, grafik, jaringan, bagan, dan catatan lapangan Rijali (2019).

Berbagai bentuk dari penyajian data kualitatif ini tentunya menggabungkan informasi yang sudah disajikan dengan rapi, sehingga akan memudahkan peneliti untuk mengetahui apakah hasil tersebut sudah benar atau peneliti harus meninjau kembali hal tersebut Rijali (2019).

C. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan, selalu dilakukan oleh peneliti ketika berada di lapangan. Selama masa penelitian berlangsung, hasil

yang diperoleh peneliti dari pekerjaan lapangan juga harus diverifikasi. Dengan kata lain, memikirkan kembali selama proses penulisan, meninjau kembali catatan lapangan, meninjau kembali dan berbicara dengan teman untuk mencapai kesepakatan intersubjektif, dan berusaha secara menyeluruh untuk menyalin temuan ke dalam berbagai kumpulan data Rijali (2019).

6. Teknik Validasi Data (Uji Validitas)

Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas digunakan untuk menguji validitas, transferability, depenability, confirmability, dan kredibilitas data. Peneliti menggunakan uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data yang mereka kumpulkan dari penelitian ini. Menurut Sugiyono (2012), menyatakan bahwa kredibilitas dapat diuji dengan berbagai cara, termasuk triangulasi, perpanjangan pengamatan, dan penggunaan bahan referensi.

Perpanjangan pengamatan melibatkan melakukan wawancara dan pengamatan kembali dengan sumber data sebelumnya untuk meningkatkan kepercayaan atau kredibilitas data yang dikumpulkan. kemudian, ada triangulasi antara sumber dan metode pengumpulan data karena triangulasi pengujian kredibilitas berarti mengevaluasi data dalam berbagai cara dan pada berbagai waktu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

A. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber mengevaluasi kredibilitas data dari berbagai sumber, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar kredibel.

B. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah mengevaluasi kredibilitas data yang dilakukan dengan memeriksa data dari sumber yang sama dengan berbagai metode, seperti data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian diperiksa melalui wawancara.