

Strategi Komunikasi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepolisian Dalam Menangani Kejahatan Jalanan

Nurkholis Adi Pamungkas
Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: nurkholisadipamungkas@gmail.com

Kata Kunci	Abstrack
Strategi Komunikasi, Humas Polda DIY, Kepercayaan Publik, Kejahatan Jalanan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam membangun kepercayaan publik terhadap kepolisian, khususnya dalam penanganan kejahatan jalanan yang marak di wilayah Yogyakarta. Kejahatan jalanan atau yang dikenal masyarakat sebagai "klitih" telah menjadi perhatian publik karena menciptakan rasa tidak aman dan menurunkan citra kepolisian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi anggota Humas Polda DIY, tokoh masyarakat, dan masyarakat umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda DIY menerapkan strategi komunikasi yang merujuk pada tujuh elemen komunikasi strategis menurut Cutlip, Center, dan Broom, yaitu: kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran komunikasi, serta kemampuan audiens. Selain itu, strategi komunikasi diimplementasikan melalui dua jalur, yaitu komunikasi eksternal dan internal dengan mengoptimalkan media sosial, media massa, situs web resmi, serta kerja sama dengan berbagai elemen masyarakat. Pendekatan humanis, keterbukaan informasi, dan kolaborasi lintas sektor menjadi kunci penting dalam membentuk citra positif kepolisian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Humas Polda DIY cukup efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik, meskipun masih diperlukan perbaikan dalam penyampaian pesan agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas.
Keywords: <i>Communication Strategy, DIY Regional Police Public Relations, Public Trust, Street Crime</i>	Abstract <i>This study aims to determine the communication strategy carried out by the Yogyakarta Special Region Police Public Relations in building public trust in the police, especially in handling street crimes that are rampant in the Yogyakarta area. Street crimes or what are known to the public as "klitih" have become a public concern because they create a sense of insecurity and lower the image of the police. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants in this study include members of the Yogyakarta Special Region Police Public Relations, community leaders, and the general public. The results of the study show that the Yogyakarta Special Region Police Public Relations implements a communication strategy that refers to the seven elements of strategic communication according to Cutlip, Center, and Broom, namely: credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channel, and capability of the audience. In addition, the communication strategy is implemented through two channels, namely external and internal communication by optimizing social media, mass media, official websites, and cooperation with various elements of society. A humanistic approach, openness of information, and cross-sector collaboration are important keys in forming a positive image of the police. This study concludes that the communication strategy implemented by the DIY Regional Police Public Relations is quite</i>

effective in increasing public trust, although improvements are still needed in delivering messages to make them easier for the wider community to understand.



PENDAHULUAN

Yogyakarta, yang dikenal sebagai DIY, adalah provinsi istimewa di Indonesia dengan ibu kota di Yogyakarta. Status istimewa ini diberikan karena sejarah panjang kota tersebut, baik sebelum maupun setelah kemerdekaan Indonesia (Dewi & Nuriyatman, 2017; Kurniawan, 2022). Yogyakarta, sebagai kota pelajar, identik dengan sejarah dan perannya dalam bidang pendidikan di Indonesia. Selain berbagai peluang pendidikan yang tersedia di provinsi ini, banyak siswa dan pelajar dari seluruh Indonesia yang menetap di Yogyakarta. Selain itu, julukan Yogyakarta sebagai kota wisata mencerminkan potensi provinsi ini dari perspektif pariwisata. Kota Yogyakarta terkenal dengan slogan “Yogyakarta Berhati Nyaman,” yang merupakan singkatan dari Yogyakarta Bersih, Sehat, Asri, dan Nyaman. Slogan ini secara resmi digunakan oleh pemerintah kota Yogyakarta dan dapat ditemukan di berbagai lokasi strategis di seluruh kota (Kusuma et al., 2020).

Namun, Yogyakarta yang dikenal dengan budaya dan keramahannya kini menghadapi masalah meningkatnya kejahatan jalanan yang dikenal dengan istilah "klitih." Kejahatan jalanan ini, yang sering melibatkan kelompok remaja yang melakukan kekerasan terhadap korban, awalnya dimulai sebagai kegiatan untuk menghilangkan kebosanan. Istilah "klitih" sendiri berasal dari kata "klithah-klithih," yang merujuk pada kegiatan berkeliling tanpa tujuan. Namun, istilah ini kini memiliki konotasi negatif, menggambarkan aktivitas kriminal yang dilakukan oleh remaja (Hartanto, 2022). Tujuan dari klitih sering kali untuk mencari pengakuan, dengan tindakan kekerasan yang dipandang sebagai tanda keberanian dan kekuatan. Motif lain di balik klitih adalah untuk memberikan ruang bagi remaja dalam mencari jati diri, yang sering kali berujung pada krisis identitas (Prabowo, 2020). Fenomena ini bertentangan dengan slogan Yogyakarta, "Yogyakarta Berhati Nyaman." Maraknya klitih telah menimbulkan keresahan dan rasa tidak aman di masyarakat, terutama bagi mereka yang bekerja pada malam hari, serta merusak kepercayaan publik terhadap aparat penegak hukum karena dinilai belum mampu menangani masalah ini secara efektif (Fadilah & Hartini, 2023).

Menurut laporan Polda DIY, sebagaimana dikutip dalam wawancara pada 10 Juni 2025 dengan Kompol Etty, jumlah kasus dan pelaku klitih di DIY meningkat selama tahun 2023. Pada tahun tersebut, Polda DIY mencatat 84 kasus, dengan sebagian besar pelaku merupakan pelajar, sementara sisanya orang dewasa. Kejahatan jalanan atau klitih telah menjadi perhatian besar masyarakat Yogyakarta, menyebabkan kecemasan dan mengikis kepercayaan publik terhadap kepolisian. Dampak klitih sangat signifikan, baik bagi korban maupun masyarakat luas. Korban klitih sering mengalami luka fisik akibat kekerasan, mulai dari luka ringan hingga berat, bahkan berujung pada kematian. Selain itu, korban klitih juga mengalami trauma psikologis. Maraknya kejahatan jalanan ini menciptakan iklim ketakutan dan ketidaknyamanan, khususnya bagi mereka yang beraktivitas pada malam hari. Gangguan ini membatasi mobilitas masyarakat dan menciptakan suasana yang tidak aman. Para pelaku, yang

sebagian besar adalah remaja dan dewasa muda, berisiko terjebak dalam gaya hidup kriminal, yang dapat merusak masa depan mereka dengan kemungkinan dipenjarakan atau kehilangan kesempatan untuk memperoleh pendidikan dan pekerjaan yang stabil. Tindakan klitih yang meluas juga mencoreng reputasi Yogyakarta, kota yang dikenal dengan lingkungan yang ramah dan aman, serta dapat berdampak negatif terhadap sektor pariwisata (AKBP Verena, wawancara, 4 Juli 2024).

Dalam menangani meningkatnya kejahatan jalanan, Humas Polda DIY memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap upaya kepolisian dalam memberantas klitih. Kepercayaan ini menjadi kunci untuk menciptakan situasi keamanan yang kondusif di wilayah tersebut. Tim Humas Polda DIY berperan penting dalam meningkatkan citra kepolisian, yang dapat dicapai melalui strategi humas yang efektif dan terarah. Strategi humas mencakup proses manajemen komunikasi yang terencana untuk membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat (Cutlip, Center, & Broom, 2023). Humas Polda DIY tidak hanya berupaya memulihkan kepercayaan publik, tetapi juga mendukung efektivitas penanganan klitih. Kepercayaan publik yang kuat terhadap kepolisian akan mendorong masyarakat untuk lebih kooperatif dalam memberikan informasi dan membantu penangkapan pelaku klitih. Untuk mencapai hal tersebut, Kepala Subbag Humas Polda DIY, AKBP Verena Sri Wahyuningsih, memaparkan beberapa strategi efektif, di antaranya:

Komunikasi Terbuka dan Transparan: Humas Polda DIY menjaga komunikasi terbuka dan transparan dengan masyarakat terkait penanganan klitih melalui berbagai saluran seperti konferensi pers, media sosial, dan situs resmi. Informasi yang disampaikan akurat, tepat waktu, dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta tim humas proaktif dalam menangkalkan dan meluruskan informasi yang keliru di masyarakat.

Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat: Humas Polda DIY melibatkan masyarakat dalam menangani klitih dengan membentuk forum komunikasi antara kepolisian dan masyarakat atau mengadakan kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai pencegahan klitih. Pelibatan masyarakat ini mendorong rasa tanggung jawab bersama dalam menjaga keamanan.

Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial: Humas Polda DIY memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai penanganan dan pencegahan klitih. Konten yang disajikan dibuat menarik, informatif, dan mudah dibagikan, sehingga masyarakat tetap terinformasi dan dapat berinteraksi dengan kepolisian.

Meningkatnya kejahatan jalanan atau klitih di Yogyakarta tidak hanya tercermin dari data resmi kepolisian, tetapi juga banyak dibicarakan di media daring, baik media berita maupun media sosial. Perbincangan yang meluas ini menunjukkan bahwa kejahatan jalanan telah menjadi perhatian publik sekaligus ujian bagi kemampuan komunikasi dan transparansi kepolisian, khususnya Humas Polda DIY. Berdasarkan wawancara pada 30 April 2025 dengan Mas Dimas, seorang pengemudi ojek daring, terungkap bahwa klitih masih sering terjadi di Yogyakarta. Mas Dimas menyampaikan kekhawatirannya terhadap upaya kepolisian dalam memberantas kejahatan jalanan, dengan menyoroti bahwa patroli yang dilakukan bersifat rutin dan kurang dilengkapi dengan strategi pencegahan yang lebih komprehensif. Hal ini menimbulkan rasa tidak aman, terutama pada malam hari. Mas Dimas juga mengkritik penanganan hukum terhadap para pelaku, dengan mengatakan bahwa meskipun pelaku tertangkap, hukuman yang diberikan tidak cukup berat untuk memberikan efek jera. Lemahnya

penegakan hukum ini menimbulkan persepsi bahwa keadilan belum sepenuhnya ditegakkan, sehingga kemungkinan pelanggaran serupa dapat terulang kembali.

Mas Dimas juga menyatakan bahwa situasi ini tidak hanya mempengaruhi rasa aman masyarakat, tetapi juga berpotensi merusak citra Yogyakarta sebagai kota yang damai dan ramah. Keberadaan klitih yang terus berlangsung dapat mengurangi minat wisatawan dan pelajar dari daerah lain, sehingga merusak daya tarik Yogyakarta sebagai kota pelajar dan destinasi wisata. Ia menekankan bahwa jika masalah ini tidak ditangani secara serius oleh aparat penegak hukum, kepercayaan publik terhadap kepolisian dapat terus menurun, dan reputasi Yogyakarta bisa terdampak parah. Berdasarkan unggahan di situs resmi dan akun Facebook Polda DIY, respons masyarakat bervariasi, namun banyak yang mengungkapkan keraguan terhadap kemampuan polisi dalam menjamin keamanan, meskipun ada juga yang memberikan masukan konstruktif untuk meningkatkan respons terhadap kejahatan ini.

Kasus ini mencerminkan situasi di mana kepercayaan publik terhadap aparat penegak hukum sangat rapuh dan sangat dipengaruhi oleh citra yang dibangun melalui proses komunikasi publik. Dalam konteks ini, peran Humas Polda DIY menjadi sangat strategis. Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi resmi, tetapi juga harus menjaga transparansi dan membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat. Peran ini menuntut tim humas untuk memberikan informasi secara cepat dan akurat, serta menyampaikan narasi yang empatik dan humanis yang sesuai dengan keresahan publik, sehingga dapat membangun kepercayaan yang kuat dan mengurangi kecemasan masyarakat. Pendekatan humanis ini tidak boleh sekadar menjadi slogan, tetapi harus diinternalisasikan dalam strategi komunikasi, perilaku, dan kebijakan institusional secara konsisten.

Humanisme dalam konteks institusi kepolisian berarti tidak hanya menekankan nilai kemanusiaan, tetapi juga mencakup penguatan nilai moral serta respons empatik dan konstruktif terhadap masalah sosial. Dengan menerapkan pendekatan humanis, kepolisian dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan publik. Tanpa pendekatan ini, kepolisian berisiko dipersepsikan sebagai institusi yang kaku dan represif, serta terkesan jauh dari aspirasi masyarakat. Nilai-nilai humanis harus tercermin secara konsisten dalam strategi komunikasi, perilaku polisi, dan kebijakan institusional, sehingga memperkuat peran polisi sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat.

Penelitian sebelumnya oleh Pangesti (2025) menyoroti program “Ibu Memanggil” sebagai strategi komunikasi Humas Polda DIY untuk mengatasi krisis kepercayaan publik terkait klitih. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dampak positif kampanye tersebut terhadap persepsi publik, namun kurang meninjau peran strategi komunikasi lintas kanal, seperti media massa, situs web resmi, dan kolaborasi dengan masyarakat. Sementara itu, penelitian lain yang menganalisis pengelolaan media sosial Instagram @poldajogja dengan model Circular SoMe dari Regina Luttrell menunjukkan efektivitas media sosial dalam membangun citra positif polisi, tetapi fokusnya terbatas pada satu platform dan tidak mengevaluasi strategi komunikasi tradisional maupun internal (Asian Journal of Applied Business and Management, 2025). Mengisi celah dari kedua penelitian tersebut, studi ini menawarkan pendekatan komprehensif dengan mengintegrasikan tujuh elemen komunikasi strategis menurut Cutlip, Center, dan Broom, serta memadukan komunikasi eksternal dan internal melalui berbagai kanal, termasuk media sosial, media massa, website resmi, dan

kolaborasi lintas sektor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi Humas Polda DIY dalam membangun kepercayaan publik terhadap penanganan klitih, sedangkan manfaatnya adalah memberikan rekomendasi praktis untuk memperkuat kejelasan pesan, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta membangun citra positif kepolisian secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif, sebagaimana didefinisikan oleh Creswell (2018:3), bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang suatu situasi atau peristiwa. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, karena peneliti ingin menggambarkan dan memahami suatu fenomena atau situasi secara detail dan menyeluruh. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini memilih jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif karena peneliti ingin memaparkan situasi dan peristiwa, serta mendeskripsikan secara mendalam mengenai kondisi yang terjadi di lapangan. Fokus utama penelitian ini adalah mengenai Strategi Komunikasi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian dalam menangani kejahatan jalanan. Peneliti ingin memahami bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda DIY mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kemampuan kepolisian dalam mengatasi isu ini.

Lokasi penelitian ini adalah Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta, yang terletak di Jl. Ring Road Utara, Sanggrahan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283. Peneliti memilih lokasi ini karena Polda DIY memiliki peran sentral dalam menangani masalah kejahatan jalanan, terutama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui strategi komunikasi yang efektif.

Waktu penelitian berlangsung dari Desember 2024 hingga Juni 2025. Dalam rentang waktu ini, peneliti akan melakukan serangkaian wawancara mendalam, observasi, serta pengumpulan data dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai penerapan strategi komunikasi Humas Polda DIY.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari wawancara mendalam. Wawancara adalah suatu percakapan lisan yang dilakukan antara pewawancara (peneliti) dan responden (informan) dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam tentang topik atau isu tertentu (Cahyono, 2022). Dalam penelitian ini, wawancara mendalam digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman, ide, dan perasaan responden secara terbuka dan fleksibel, sehingga memungkinkan penggalian informasi terkait dengan strategi komunikasi Humas Polda DIY dalam menangani kejahatan jalanan.

Peneliti juga menyiapkan daftar pertanyaan wawancara untuk mendukung penelitian ini, dengan tujuan agar informasi yang diperoleh lebih terarah dan sesuai dengan topik yang ingin dibahas. Posisi sumber data sangat krusial karena mereka adalah individu yang memiliki informasi penting mengenai penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda DIY.

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat perilaku, objek, atau kejadian langsung di lokasi (Moleong, 2020). Dalam penelitian ini, hal yang akan diamati adalah berbagai dokumen yang tersedia secara online atau langsung, seperti data statistik, media sosial, website resmi, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membangun kepercayaan masyarakat dalam menangani kejahatan jalanan. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen terkait penelitian (Sugiyono, 2019). Dokumentasi ini berfungsi sebagai pelengkap dari data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam, dengan data yang diperoleh berupa foto kegiatan atau berbagai informasi tertulis yang relevan dengan topik penelitian.

Analisis data adalah proses mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan untuk menemukan makna dan pola yang valid dan reliabel (Cahyono, 2022). Analisis data merupakan langkah krusial dalam penelitian, yang berfungsi untuk membuka pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Cahyono mengusulkan model analisis data kualitatif yang sistematis, yang terdiri dari tiga tahap: pertama, reduksi data, yang bertujuan untuk meringkas dan menyederhanakan data agar mudah dianalisis dan diinterpretasikan, dengan teknik seperti membuat ringkasan, kategori, atau tabel dan diagram. Kedua, interpretasi data, yang berfungsi untuk menemukan makna dan pola dalam data. Ketiga, validasi dan kesimpulan, yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis akurat dan dapat dipercaya, serta untuk menyimpulkan temuan penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian (Cahyono, 2022).

Dalam penelitian kualitatif, keilmiahan menjadi faktor utama, yang dapat dilihat dari kualitas data yang digunakan. Untuk meningkatkan keabsahan data dan meminimalisir kesalahan, penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, dan peneliti. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti (Shenton, 2020). Dalam penelitian ini, teknik triangulasi sumber digunakan untuk memverifikasi keabsahan data, dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan data lain untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang strategi komunikasi Humas Polda DIY dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian dalam menangani kejahatan jalanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Polda Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai institusi hukum yang kini menjadi pilar keamanan di wilayah tersebut, memiliki sejarah panjang yang kaya akan dinamika. Didirikan pada 10 Juli 1948 sebagai Kepolisian Wilayah Yogyakarta, lembaga ini telah mengalami transformasi struktural dan fungsional yang signifikan. Awalnya berfokus pada tiga fungsi dasar yaitu umum, reserse kriminal, dan pengawasan aliran masyarakat, Polda DIY terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat. Perkembangan politik dan pemerintahan di Indonesia turut mempengaruhi evolusi Polda DIY, dengan berbagai perubahan nomenklatur dan struktur organisasi yang terjadi seiring pergantian kekuasaan dan kebijakan pemerintah. Misalnya, pada masa Orde Baru, Polda DIY mengalami serangkaian perubahan nama menjadi Komando Inspeksi Kepolisian, Komando Antar Resort, dan Komando Wilayah,

yang mencerminkan upaya pemerintah pusat untuk meningkatkan sentralisasi kekuasaan dan memperkuat kontrol terhadap aparat keamanan di daerah. Seiring dengan desentralisasi kekuasaan dan otonomi daerah, Polda DIY kembali mengalami transformasi dan pada tahun 1996, lembaga ini resmi berdiri sebagai Kepolisian Daerah DIY dengan tipe C. Kenaikan tipe menjadi B pada tahun 1999 dan A pada tahun 2018 menandai semakin pentingnya peran Polda DIY dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat di wilayah Yogyakarta, yang diiringi dengan peningkatan kewenangan, sumber daya, dan kompleksitas tugas yang diemban.

Persepsi masyarakat terhadap keberpihakan dan integritas aparat dalam menangani kejahatan jalanan juga sangat bergantung pada bagaimana informasi dikomunikasikan. Dalam menjelaskan bagaimana masyarakat menilai dan merespons suatu institusi publik seperti kepolisian, konsep persepsi masyarakat menjadi sangat penting untuk dianalisis. Rahmawati (2021) menyatakan bahwa persepsi masyarakat merupakan suatu bentuk fenomena, institusi, atau kebijakan tertentu. Persepsi ini tidak berdiri sendiri, melainkan terbentuk melalui akumulasi pengalaman sosial yang dialami masyarakat, informasi yang mereka terima baik dari media maupun interaksi langsung, serta pengaruh lingkungan sosial yang membentuk cara pandang mereka.

Hal ini ditekankan bahwa persepsi bersifat subjektif. Artinya, setiap kelompok masyarakat bisa memiliki pandangan yang berbeda terhadap hal yang sama, tergantung pada latar belakang, nilai, dan pengalaman masing-masing. Meskipun subjektif, persepsi ini memiliki dampak besar dan nyata terhadap sikap serta perilaku masyarakat. Ketika masyarakat memiliki persepsi positif terhadap suatu institusi, maka mereka cenderung menunjukkan sikap kooperatif, percaya, bahkan loyal. Sebaliknya, jika persepsi yang terbentuk negatif, maka akan muncul sikap penolakan, kecurigaan, atau bahkan resistensi terhadap kebijakan dan tindakan yang dilakukan institusi tersebut.

Dalam kepolisian, persepsi masyarakat menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana kehadiran dan kinerja aparat kepolisian diterima dan dipercaya oleh publik. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kepolisian memiliki peran sentral dalam membentuk persepsi ini. Informasi yang disampaikan harus akurat, transparan, dan disampaikan melalui kanal komunikasi yang dapat dijangkau serta di percaya oleh masyarakat. Dengan memperhatikan pembentukan persepsi publik yang positif, institusi kepolisian dapat membangun legitimasi sosial dan memperkuat hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Ketika humas mampu menyampaikan pesan dengan jujur, transparan, dan empatik, maka kemungkinan masyarakat untuk menaruh kepercayaan akan meningkat. Masyarakat membutuhkan bukti bahwa aparat benar-benar hadir dan bekerja, bukan hanya dalam bentuk fisik di lapangan, tetapi juga melalui respons yang cepat, terbuka, dan bertanggung jawab atas segala bentuk pertanyaan dan kekhawatiran publik.

Dalam konteks ini, humas berperan sebagai manajer persepsi publik. Menurut Wiryanto (2021), persepsi publik tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses kognitif yang kompleks. Proses ini melibatkan kemampuan individu maupun kelompok masyarakat dalam menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap berbagai bentuk informasi, simbol, maupun tindakan yang mereka terima atau alami secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kata lain, persepsi publik merupakan hasil dari proses mental yang dipengaruhi oleh banyak faktor seperti pengalaman pribadi, nilai-nilai sosial, serta latar belakang budaya yang

melekat dalam kehidupan masyarakat. Persepsi publik terbentuk dalam ruang interaksi sosial yang berkelanjutan, dimana media massa, institusi resmi, serta opini personal memainkan peran krusial dalam membentuk cara pandang masyarakat. Interaksi ini bisa terjadi melalui saluran komunikasi formal seperti pemberitaan di media, maupun melalui percakapan informal di lingkungan sosial, termasuk media sosial.

Oleh sebab itu, citra sebuah institusi sangat bergantung pada bagaimana informasi yang disampaikan bersifat terbuka, konsisten, dan mencerminkan kepedulian terhadap kepentingan masyarakat, maka persepsi publik yang terbentuk cenderung positif. Sebaliknya, apabila institusi dinilai tertutup, tidak responsif, atau bahkan menimbulkan ketakutan, maka persepsi publik pun dapat menjadi negatif dan merusak kepercayaan masyarakat. Dalam konteks strategi komunikasi Humas Kepolisian, pemahaman terhadap dinamika persepsi publik ini sangatlah penting. Humas sebagai garda terdepan komunikasi institusi harus mampu merancang komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga komunikatif, empatik, dan sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan yang berlaku dalam masyarakat.

Ketika persepsi masyarakat dapat dibentuk secara positif melalui komunikasi strategis yang terarah, maka kepercayaan akan tumbuh secara bertahap. Hal ini sangat penting karena kepercayaan masyarakat merupakan elemen dasar dari legitimasi institusi, yang pada akhirnya akan menentukan keberhasilan implementasi kebijakan dan program-program kepolisian, terutama dalam konteks penanggulangan kejahatan jalanan.

Pembahasan

Strategi Komunikasi Humas Polda DIY: Keterbukaan, Kolaborasi, dan Pendekatan Humanis

Wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 Juni 2025 dengan Kompol Etty Hariyanti, S.I.Kom., selaku perwakilan dari Bidang Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta, memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh institusi kepolisian dalam konteks hubungan masyarakat. Menurut beliau, strategi komunikasi Humas Polda DIY dirancang secara komprehensif dan berorientasi jangka panjang dengan mempertimbangkan dinamika sosial, perkembangan teknologi informasi, serta kebutuhan akan transparansi institusional. Dalam penjelasannya, Kompol Etty menegaskan bahwa strategi tersebut dibangun di atas tiga pilar utama, yakni keterbukaan informasi, kolaborasi lintas sektor, dan pendekatan humanis. Ketiga elemen ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi dan membentuk kerangka kerja komunikasi yang responsif, adaptif, dan berorientasi pada publik.

Keterbukaan informasi menjadi fondasi awal dari komunikasi yang dijalankan. Polda DIY melalui bidang humasnya berupaya untuk tidak hanya menyampaikan informasi secara sepihak, melainkan membuka ruang bagi publik untuk mengakses, mengonfirmasi, bahkan memberikan masukan terhadap informasi yang disampaikan. Hal ini diwujudkan melalui penggunaan media sosial secara aktif dan transparan. Akun resmi Instagram, TikTok, dan YouTube milik Polda DIY dimanfaatkan sebagai kanal komunikasi publik yang menyajikan berbagai konten mulai dari dokumentasi kegiatan, edukasi hukum dan keamanan, klarifikasi isu-isu yang berkembang, hingga live report dalam pengungkapan kasus tertentu. Penggunaan platform digital ini tidak hanya sebagai respons terhadap perubahan pola konsumsi informasi

masyarakat, tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi dari prinsip keterbukaan dan akuntabilitas publik. Dengan memberikan akses luas kepada masyarakat untuk mengetahui aktivitas dan kebijakan kepolisian, Polda DIY secara tidak langsung membangun kepercayaan serta mempersempit ruang spekulasi negatif yang seringkali muncul akibat informasi yang tidak tersampaikan secara utuh.

Selain keterbukaan informasi, strategi komunikasi Polda DIY juga mengandalkan kolaborasi lintas sektor. Menurut Kopol Etty, dalam menjalankan fungsi kehumasan, institusi tidak bisa bekerja sendiri. Oleh karena itu, Polda DIY secara aktif menjalin kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan, baik dari unsur pemerintah daerah, tokoh masyarakat, organisasi masyarakat sipil, lembaga pendidikan, maupun media massa. Kolaborasi ini ditujukan untuk memperluas jangkauan pesan, memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan, serta menciptakan dukungan sosial yang lebih luas terhadap kebijakan dan program kerja kepolisian. Misalnya, dalam menangani isu kejahatan jalanan, Humas Polda DIY tidak hanya mengandalkan penindakan hukum, tetapi juga melakukan pendekatan komunikatif melalui forum diskusi dengan komunitas, edukasi publik melalui media sosial, dan kemitraan dengan media untuk menyebarluaskan pesan moral tentang pentingnya menjaga keamanan bersama. Kolaborasi ini tidak hanya bersifat teknis, melainkan juga strategis dalam membentuk opini publik yang konstruktif terhadap peran dan eksistensi polisi dalam kehidupan sosial masyarakat.

Pilar terakhir dan yang menjadi kekuatan utama dalam pendekatan komunikasi Humas Polda DIY adalah pendekatan humanis. Kopol Etty menjelaskan bahwa saat ini institusi kepolisian tidak lagi cukup hanya menunjukkan kekuatan dan kewenangan, tetapi juga harus mampu tampil sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki empati, kepedulian, dan kepekaan sosial. Pendekatan humanis dalam komunikasi ditunjukkan melalui bahasa komunikasi yang santun, penggunaan narasi yang positif, serta visualisasi kegiatan yang menampilkan sisi kemanusiaan aparat kepolisian. Dalam media sosial misalnya, tidak jarang Polda DIY menampilkan konten yang menunjukkan personel polisi sedang membantu warga terdampak bencana, memberikan edukasi kepada anak-anak sekolah, hingga melakukan bakti sosial bersama komunitas. Pendekatan ini dinilai mampu mengurangi jarak psikologis antara masyarakat dan aparat kepolisian, sekaligus membangun persepsi bahwa polisi bukan sekadar penegak hukum, tetapi juga pelindung dan pengayom masyarakat.

Lebih jauh, Kopol Etty juga menekankan bahwa strategi komunikasi ini tidak bersifat statis, melainkan terus berkembang seiring dengan perubahan sosial dan teknologi. Oleh karena itu, Humas Polda DIY juga secara internal melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas pesan, kanal distribusi, dan respons publik. Hal ini penting untuk memastikan bahwa komunikasi yang dibangun tidak hanya berjalan satu arah, tetapi benar-benar menjawab kebutuhan informasi masyarakat dan meningkatkan kualitas hubungan timbal balik antara kepolisian dan publik. Dengan kata lain, strategi komunikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan institusional, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun rasa saling percaya, saling memahami, dan saling mendukung antara polisi dan masyarakat. Pendekatan inilah yang menjadi kunci dalam membangun citra positif institusi kepolisian, khususnya dalam konteks Polda DIY yang memiliki karakteristik masyarakat heterogen, kritis, dan melek teknologi.

Implementasi Strategi Melalui Jalur Komunikasi Internal dan Eksternal

Strategi komunikasi Humas Polda DIY dijalankan melalui dua jalur utama yang saling melengkapi:

Komunikasi Eksternal

Humas Polda DIY secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk menjangkau publik secara luas. Liu et al (2021), media sosial dipandang sebagai sarana komunikasi digital yang mendorong keterlibatan pengguna dalam percakapan publik, serta memungkinkan penyebaran informasi secara luas, cepat, dan tidak terpusat. Pemanfaatan berbagai platform ini menunjukkan adaptasi terhadap perubahan lanskap media dan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat. Polda DIY tampak semakin adaptif terhadap perubahan lanskap media dan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat modern. Salah satu bentuk nyata adaptasi ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai instrumen utama strategi komunikasi eksternal. Media sosial memungkinkan Humas Polda DIY menjangkau publik secara luas, real-time, dan interaktif.

Akun Instagram resmi milik Polda DIY, yakni @poldajogja, merupakan salah satu sarana komunikasi eksternal yang dimanfaatkan secara optimal oleh Humas Polda DIY dalam menjangkau public secara luas. Frekuensi pembaharuan konten pada akun ini cukup konsisten, dengan rata-rata tiga hingga lima unggahan setiap minggunya. Konten yang dibagikan mencakup dokumentasi kegiatan operasional kepolisian, pengumuman penting, edukasi kepada masyarakat mengenai berbagai tindak kejahatan hingga perlombaan. Pemanfaatan berbagai format seperti foto, video reels, dan Instagram Stories memperlihatkan upaya adaptif terhadap tren konsumsi informasi digital masyarakat saat ini

Tidak hanya bersifat informatif, akun ini juga menunjukkan karakter interaktif. Humas Polda DIY seringkali menulis caption yang bersifat komunikatif dan mengajak public untuk berdialog, serta secara aktif menanggapi komentar maupun pesan langsung dari masyarakat. Hal ini mencerminkan upaya membangun komunikasi dua arah yang humanis, yang bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan dan merespon aspirasi public. Selain itu, melalui unggahan yang menampilkan kolaborasi lintas instansi, kegiatan sosial, serta kampanye humanis, akun ini turut berfungsi sebagai media pencitraan yang strategis. Dengan menunjukkan sisi pelayanan dan kedekatan dengan masyarakat, Polda DIY membangun citra sebagai institusi yang terbuka. Adaptif, dan berorientasi pada kepentingan publik. Dengan demikian, kehadiran @poldajogja di media sosial tidak hanya sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga menjadi instrument penting dalam meningkatkan kepercayaan public terhadap institusi kepolisian.

Akun Tiktok resmi @poldajogja menunjukkan inovasi strategi komunikasi digital Humas Polda DIY dengan memanfaatkan tren video pendek yang sedang digemari publik muda. Akun ini juga mengunggah konten yang bersifat edukatif dan humanis, dengan menampilkan sosok polisi yang melayani masyarakat. Melalui format video yang singkat namun padat, Humas berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi Z dan milenial yang lebih aktif di Tiktok, sekaligus memberikan impresi bahwa kepolisian hadir secara langsung, dekat, dan bisa memberikan respon cepat terhadap fenomena sosial. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan membangun kepercayaan publik, membentuk persepsi positif, serta membangun legitimasi institusi bahwa polisi tidak hanya berjarak, tetapi juga hadir untuk melindungi dan mendidik masyarakat.

Akun Youtube resmi Polda D.I. Yogyakarta (@PoldaJogja) merupakan elemen kunci dalam strategi komunikasi eksternal Humas Polda DIY, memanfaatkan platform video Panjang untuk menyajikan konten informatif, edukatif, dan transparan. Frekuensi publikasi yang konsisten dengan jeda beberapa hari hingga sebulan menandakan kedisiplinan dalam menjaga visibilitas dan memastikan masyarakat mendapat informasi aktual. Penggunaan platform video Panjang ini juga memperkuat aspek humanisasi. Setiap konten menampilkan wajah-wajah aparat, nuansa kegiatan di lapangan, dan pencitraan visual profesional, yang meningkatkan aspek transparansi, mendekatkan posisi institusi ke masyarakat, dan membangun legitimasi sosial. Dengan durasi yang lebih Panjang dibanding konten singkat seperti Reels Instagram atau Tiktok, Youtube menjadi media yang tepat untuk mengedukasi publik secara mendalam serta menunjukkan bukti kinerja nyata Polda DIY. Kehadiran akun ini selaras dengan prinsip komunikasi berbasis informasi terbuka, humanis, dan responsive terhadap kebutuhan publik dalam era digital modern.

Komunikasi Internal

Pentingnya koordinasi internal juga ditekankan melalui kolaborasi dengan satuan kerja di lingkungan Polda DIY. Hal ini memastikan konsistensi pesan dan sinergi dalam setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan.

Dalam konteks strategi komunikasi internal Polda Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), salah satu media penting yang digunakan untuk memperkuat koordinasi dan konsistensi pesan antar unit kerja adalah Tribrata News. Tribrata News merupakan kanal resmi publikasi internal yang dikelola oleh Humas Polda DIY untuk menghimpun, menyusun, dan menyebarkan informasi seputar kegiatan, program, dan kolaborasi yang dilakukan baik di tingkat Polda, Polres, hingga Polsek. Keberadaan media ini tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan aktivitas kepolisian, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam menjaga keselarasan narasi komunikasi di seluruh jajaran institusi.

Komunikasi internal dalam lembaga kepolisian sangat krusial, mengingat struktur organisasi yang bersifat hierarkis dan tersebar di berbagai wilayah. Dalam hal ini, Tribrata News berperan sebagai jembatan informasi antar-unit kerja, memungkinkan setiap bagian mengetahui, memahami, dan mendukung kegiatan satuan lain yang berada dalam satu komando. Informasi yang dimuat dalam Tribrata News menunjukkan adanya upaya untuk membangun sinergi secara horizontal antar satuan kerja dan secara vertikal dari pimpinan ke jajaran pelaksana. Hal ini menciptakan kesinambungan komunikasi yang penting dalam mendukung pelaksanaan tugas institusional secara terpadu dan efisien.

Selain itu, Tribrata News menjadi instrumen penting dalam memastikan konsistensi pesan yang disampaikan kepada publik. Dengan adanya koordinasi internal yang kuat dan saling memperkuat melalui publikasi di media internal ini, setiap kegiatan atau kebijakan Polda DIY dapat dikemas dan disampaikan secara seragam oleh berbagai satuan, baik itu di tingkat pusat maupun daerah. Hal ini mencegah terjadinya disinformasi, perbedaan interpretasi, atau tumpang tindih pesan antarbagian. Dalam teori komunikasi organisasi, ini menunjukkan bahwa media internal seperti Tribrata News memainkan peran dalam membentuk kesatuan visi dan nilai-nilai lembaga, serta memperkuat identitas korporat institusi kepolisian secara keseluruhan.

Dari perspektif manajemen komunikasi, platform ini juga mencerminkan adanya mekanisme pengawasan, dokumentasi, dan umpan balik. Setiap laporan kegiatan yang dimuat dalam Tribrata News melalui proses seleksi dan editorial yang memastikan bahwa informasi yang dipublikasikan relevan, akurat, dan mendukung agenda strategis kepolisian. Dalam konteks ini, komunikasi internal bukan hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga pengelolaan pengetahuan kelembagaan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan, mengevaluasi program, dan meningkatkan kualitas pelayanan publik ke depan.

Dengan demikian, Tribrata News bukan hanya sebagai sarana penyampaian informasi internal, tetapi juga sebagai alat pengikat koordinasi lintas sektor dan antar unit kerja di lingkungan Polda DIY. Perannya dalam menjaga alur informasi yang terstruktur, memperkuat kolaborasi internal, dan membentuk keselarasan operasional menjadikannya elemen penting dalam strategi komunikasi Humas Polda DIY secara menyeluruh. Komitmen untuk menjaga sinergi melalui media internal ini menunjukkan bahwa Polda DIY tidak hanya fokus pada komunikasi eksternal kepada masyarakat, tetapi juga serius dalam membangun komunikasi yang sehat, terbuka, dan terkoordinasi di dalam tubuh organisasinya sendiri.

Prinsip Transparansi dan Pendekatan Edukatif

Kompil Etty menegaskan bahwa prinsip transparansi informasi menjadi fondasi utama dalam strategi komunikasi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, transparansi tersebut tidak dijalankan secara mentah atau vulgar, melainkan melalui pendekatan yang bijaksana, edukatif, dan menenangkan publik. Kompil Etty menyatakan bahwa tugas utama Humas bukan sekadar menyampaikan semua informasi apa adanya, melainkan memilih dan menyusun informasi secara tepat agar pesan yang diterima masyarakat tetap relevan, tidak menimbulkan kecemasan berlebihan, dan tetap berada dalam koridor etika kelembagaan.

Pendekatan ini sejalan dengan fungsi Humas sebagai penghubung strategis antara institusi dan masyarakat. Humas Polda DIY memiliki tanggung jawab ganda: di satu sisi menjadi juru bicara resmi lembaga, dan di sisi lain menjadi penjaga narasi kelembagaan di ruang publik. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan harus disesuaikan dengan konteks sosial, budaya, dan psikologis masyarakat penerima. Dalam praktiknya, strategi ini dilakukan melalui pengelolaan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun persepsi positif publik terhadap institusi kepolisian.

Transparansi yang dijalankan Polda DIY dapat dilihat secara nyata melalui berbagai media sosial resmi yang mereka kelola secara aktif dan profesional. Platform seperti Instagram (@poldajogja), TikTok (@poldajogja), YouTube (Polda Jogja), dan website Tribrata News menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada publik. Melalui Instagram, misalnya, Polda DIY membagikan informasi terkini dalam bentuk visual yang menarik dan mudah dicerna. Unggahan-unggahan seperti edukasi lalu lintas, kegiatan kepolisian, hingga pendekatan humanis kepada masyarakat menunjukkan upaya Polda DIY dalam membangun hubungan yang lebih dekat dan transparan dengan publik.

Sementara itu, TikTok dimanfaatkan untuk menjangkau kalangan muda dengan konten yang lebih ringan dan komunikatif. Video pendek berisi himbauan keamanan, ajakan menjaga ketertiban, hingga highlight kegiatan sosial kepolisian, dibalut dalam gaya kekinian yang relevan dengan budaya digital saat ini. YouTube Polda Jogja menjadi kanal yang lebih

mendalam, di mana publik dapat menyimak dokumentasi kegiatan institusi secara utuh, termasuk wawancara, liputan kegiatan sosial, hingga testimoni dari masyarakat.

Website resmi Tribra News melengkapi seluruh strategi komunikasi digital ini dengan menyajikan informasi dalam format jurnalistik yang tertata rapi dan profesional. Tribra News menjadi rujukan utama bagi masyarakat maupun media lain dalam memahami kegiatan dan kebijakan resmi Polda DIY. Dalam konteks transparansi, Tribra News menunjukkan bagaimana Polda DIY tidak menutup-nutupi aktivitas institusinya, justru secara terbuka mempublikasikan kerjasama lintas sektor, kegiatan pengamanan, dan program-program sosial yang telah dijalankan.

Semua kanal tersebut dikelola dengan satu prinsip yang sama: transparansi yang bertanggung jawab. Informasi yang disampaikan bukan hanya soal seberapa banyak data yang diungkapkan, tetapi juga bagaimana data tersebut dapat memberikan pemahaman, menumbuhkan rasa aman, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Dalam hal ini, Humas Polda DIY berhasil memposisikan diri bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pengelola citra dan opini publik secara profesional dan strategis.

Inovasi Komunikasi Berbasis Digital

Humas Polda DIY menunjukkan inovasi yang signifikan dalam pemanfaatan teknologi digital. Teknologi digital adalah seluruh bentuk teknologi berbasis digital yang memungkinkan terjadinya transformasi pengalaman manusia, baik dalam konteks bisnis, sosial, maupun budaya, melalui integrasi data, otomatisasi, dan konektivitas Brian Solis (2020). Pengembangan platform seperti Portal Humas Polda DIY dan Sistem Pengelolaan Informasi Terpadu (SPIT) menjadi bukti komitmen untuk menyampaikan informasi secara cepat dan responsif terhadap isu-isu yang berkembang. Selain itu, inisiatif seperti program "Polda Jogja News" dan Polcast Polda DIY merupakan langkah progresif untuk memperluas jangkauan informasi, khususnya kepada generasi muda, dan beradaptasi dengan preferensi konsumsi media yang terus berkembang.

Strategi komunikasi Humas Polda DIY melalui berbagai inovasi digital, seperti Portal Humas Polda DIY, Sistem Pengelolaan Informasi Terpadu (SPIT), Polda Jogja News, dan Polcast, memainkan peran penting dalam membangun transparansi, kepercayaan, dan kedekatan antara kepolisian dengan masyarakat. Portal Humas Polda DIY menyediakan informasi publik yang transparan dan interaktif, sementara SPIT mengintegrasikan proses pengumpulan dan distribusi informasi secara sistematis di internal kepolisian. Program Polda Jogja News, yang berbasis video, menyampaikan informasi kepolisian secara menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat, sedangkan Polcast menjadi platform komunikasi digital berbentuk podcast yang memberikan dialog antara kepolisian dan masyarakat untuk membahas isu-isu penting. Melalui strategi komunikasi yang terbuka, informatif, dan humanis ini, Polda DIY tidak hanya meningkatkan citra kepolisian, tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat, khususnya dalam penanganan kejahatan jalanan, dengan mengedepankan transparansi dan edukasi yang membangun kepercayaan publik.

Kemitraan dan Kolaborasi Multisektoral

Strategi kolaborasi menjadi salah satu kekuatan Humas Polda DIY dalam menangani kejahatan jalanan, seperti "klitih", dengan membangun kemitraan yang tidak hanya terjalin dengan internal kepolisian, tetapi juga dengan pihak eksternal seperti Dinas Sosial, organisasi masyarakat, dan tokoh masyarakat. Kolaborasi ini penting dalam membangun kepercayaan masyarakat, karena mengedepankan keterbukaan informasi, partisipasi, dan transparansi. Humas Polda DIY bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU), untuk memperkuat komunikasi publik, mengedukasi masyarakat mengenai pencegahan kejahatan, dan memperkenalkan polisi sebagai mitra yang melindungi dan mendengarkan aspirasi masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya bersifat represif, tetapi juga preventif dan persuasif, dengan memanfaatkan jaringan sosial dan budaya yang ada, serta melalui media sosial untuk mempercepat penyebaran informasi. Kolaborasi ini memberikan counter-narrative terhadap isu negatif tentang polisi, menciptakan ruang diskusi yang inklusif, dan memperkuat kolaborasi antara kepolisian dan masyarakat dalam menciptakan keamanan yang lebih baik dan berkelanjutan di Yogyakarta.

Lebih jauh, pertemuan ini membuka ruang kolaborasi untuk program-program yang bersifat edukatif, seperti:

- 1) Penyuluhan hukum dan bahaya kekerasan remaja melalui khutbah, majelis taklim, atau forum pengajian.
- 2) Pembentukan agen-agen perubahan di sekolah-sekolah Muhammadiyah maupun Nahdlatul Ulama untuk mencegah kekerasan pelajar.
- 3) Sinergi dalam deteksi dini potensi konflik sosial di tingkat RT/RW berbasis laporan masyarakat melalui masjid, pondok pesantren, dan organisasi pemuda.

Dari sudut pandang komunikasi, ini memperlihatkan bahwa Humas Polda DIY menggunakan prinsip komunikasi berbasis nilai dan budaya lokal untuk memperkuat pesan-pesan kelembagaan. Pendekatan ini selaras dengan teori komunikasi partisipatif dan model komunikasi dua arah (*two-way symmetrical communication*), di mana polisi tidak hanya mengirim pesan, tetapi juga membuka ruang umpan balik dan kerja sama nyata dengan masyarakat.

Langkah ini memperkuat aspek *credibility* (kredibilitas) dan *context* (konteks sosial) dalam komunikasi publik yang dilakukan Polda DIY, terutama dalam merespons tantangan kejahatan jalanan yang meresahkan warga. Dengan menggandeng tokoh agama, pesan-pesan hukum tidak lagi terdengar kaku atau sekadar formalitas, melainkan menyentuh sisi emosional dan spiritual masyarakat.

Sebagai bagian dari strategi komunikasi publik, Polda DIY secara aktif menyelenggarakan konferensi pers untuk memberikan informasi terkini kepada masyarakat terkait kasus-kasus menonjol yang tengah ditangani. Santosa (2022), mengatakan bahwa konferensi pers adalah aktivitas komunikasi dua arah antara narasumber dan media yang bertujuan untuk menyampaikan informasi *factual*, sekaligus menjawab pertanyaan sebagai akuntabilitas publik. Dalam konteks penanganan kejahatan jalanan di Yogyakarta kerap kali menimbulkan keresahan publik, seperti kasus pembacokan oleh remaja atau tindak kekerasan jalanan lainnya—konferensi pers berperan sebagai bentuk keterbukaan dan akuntabilitas kepolisian kepada masyarakat.

Tangkapan layar di atas menunjukkan konferensi pers Polda DIY terkait kasus kekerasan terhadap orang atau barang (kejahatan jalanan) yang digelar secara terbuka dengan menghadirkan tiga narasumber penting: perwakilan dari penyidik kepolisian, dari Humas Polda, dan dari Ditreskrimum. Dalam konferensi ini, kepolisian:

- 1) Menyampaikan kronologi kasus secara detail untuk menjelaskan duduk perkara secara objektif.
- 2) Menampilkan tersangka yang telah diamankan, sebagai bentuk pertanggungjawaban tindakan kepolisian dalam penegakan hukum.
- 3) Menunjukkan barang bukti, termasuk kendaraan yang digunakan pelaku, sebagai bentuk transparansi dalam proses penanganan perkara.
- 4) Menggunakan media sosial dan kanal YouTube resmi Polda DIY untuk menyebarluaskan informasi, sehingga dapat menjangkau masyarakat luas.

Kegiatan ini mencerminkan penerapan indikator komunikasi yang baik menurut Cutlip et al., yaitu:

- 1) Clarity (kejelasan): Disampaikan dengan runtut, bahasa yang mudah dimengerti masyarakat awam.
- 2) Continuity and Consistency: Konferensi pers dilakukan secara berkala saat ada perkembangan penting, sehingga masyarakat merasa dilibatkan dan terus mendapat update.
- 3) Credibility (kredibilitas): Diperkuat dengan hadirnya pejabat resmi, penyidik, dan keterlibatan unit terkait yang memperlihatkan proses penegakan hukum berjalan secara sah dan profesional.
- 4) Channel: Penggunaan platform digital seperti YouTube sebagai saluran resmi memperluas jangkauan komunikasi dan menyesuaikan dengan kebiasaan digital masyarakat modern.

Dengan strategi ini, Polda DIY tidak hanya memosisikan diri sebagai penegak hukum, tetapi juga sebagai institusi yang responsif dan terbuka terhadap perhatian dan kekhawatiran publik. Ini menjadi cara penting dalam membangun kepercayaan masyarakat, terutama saat menangani isu sensitif seperti kejahatan jalanan yang kerap memicu ketakutan di kalangan warga, pelajar, dan orang tua.

Kegiatan ini bukan sekadar pertemuan informal, melainkan upaya yang terstruktur dalam meningkatkan sinergitas antara institusi kepolisian dengan publik digital. Netizen memiliki peran strategis sebagai jembatan informasi antara kepolisian dan masyarakat, terutama dalam meredam hoaks dan membentuk opini publik yang mendukung keamanan. Haryatmoko (2022), menyatakan bahwa netizen adalah masyarakat digital yang memiliki kekuatan untuk membentuk narasi dan mempengaruhi opini public melalui kebebasan berekspresi yang dimungkinkan oleh platform media sosial.

Dalam konteks kejahatan jalanan seperti klitih yang marak terjadi di wilayah DIY, persepsi masyarakat terhadap peran polisi sangat dipengaruhi oleh narasi yang beredar di media sosial. Netizen, khususnya para admin komunitas lokal dan pembuat konten edukatif, dapat menjadi rekan strategis dalam menyampaikan informasi tentang:

- 1) Keberhasilan penangkapan pelaku kejahatan
- 2) Imbauan keamanan kepada masyarakat

3) Klarifikasi atau pelurusan isu yang viral dan dapat menimbulkan keresahan sosial

Dengan menggandeng netizen, Polda DIY memperluas saluran komunikasi yang sebelumnya hanya melalui media arus utama, kini menjadi lebih dinamis dan tepat sasaran, terutama kepada kalangan anak muda yang juga rentan menjadi pelaku maupun korban kejahatan jalanan.

Evaluasi Berkelanjutan untuk Efektivitas Komunikasi

Kompol Etty menjelaskan dalam menghadapi tantangan komunikasi publik yang dinamis dan kompleks, Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta tidak hanya fokus pada implementasi strategi, tetapi juga melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas komunikasi yang telah dijalankan. Evaluasi ini dilakukan melalui forum Analisa dan Evaluasi yang terstruktur secara harian, mingguan, hingga tahunan, melibatkan berbagai unsur internal termasuk pimpinan, staf operasional, dan bidang kehumasan itu sendiri. Menurut Stufflebeam dan Coryn (2022), evaluasi adalah proses sistematis untuk menilai keberhasilan suatu program atau kebijakan melalui pengumpulan dan analisis data guna mendukung pengambilan keputusan yang bertanggung jawab. Anev menjadi bagian integral dalam manajemen komunikasi organisasi. Melalui forum ini, tim Humas tidak hanya menilai sejauh mana strategi dan pesan komunikasi yang disampaikan berdampak positif terhadap masyarakat, tetapi juga mengidentifikasi titik-titik lemah yang perlu diperbaiki.

Misalnya, dalam konteks penanganan kejahatan jalanan (klitih), Anev digunakan untuk:

- 1) Menilai bagaimana pemberitaan dan kampanye Humas memengaruhi persepsi publik.
- 2) Menganalisis data keterlibatan (engagement) masyarakat di media sosial terkait imbauan atau klarifikasi kasus kejahatan.
- 3) Mengkaji respon masyarakat terhadap kebijakan atau langkah penegakan hukum yang telah disampaikan melalui media massa maupun digital.

Evaluasi ini juga menjadi sarana untuk memastikan bahwa pendekatan komunikasi tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi komunikasi. Selain itu, hasil dari Anev menjadi acuan dalam penyusunan strategi komunikasi baru atau penguatan strategi yang berjalan, seperti peningkatan kualitas pesan, optimalisasi saluran komunikasi, hingga kolaborasi dengan pihak eksternal seperti media, komunitas netizen, tokoh masyarakat, dan lembaga sosial.

Humas merupakan bagian integral dari fungsi manajerial yang memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi yang efektif antara lembaga dengan publiknya. Fungsi humas tidak hanya sebatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup upaya sistematis untuk membentuk, memelihara, dan mengembangkan kepercayaan serta partisipasi masyarakat terhadap lembaga. Hal ini sejalan dengan esensi humas sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan kepentingan internal organisasi dengan ekspektasi eksternal masyarakat, sehingga terjalin hubungan timbal balik yang harmonis (Hakim & Rozi, 2024). Pemaknaan ini menekankan pentingnya peran humas dalam menciptakan persepsi positif melalui komunikasi yang terencana dan berkelanjutan. Dalam konteks lembaga publik seperti kepolisian, khususnya di lingkungan Polda Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), fungsi humas tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga berperan sebagai penghubung antara institusi kepolisian dengan masyarakat yang dilayani.

Humas Polda DIY berupaya membangun citra positif institusi melalui pendekatan komunikasi yang menekankan pada transparansi, akuntabilitas, serta responsivitas terhadap isu-isu yang berkembang di tengah masyarakat, terutama dalam hal penanganan kejahatan jalanan. Menurut Trisakti et al. (2022), transparansi adalah prinsip yang menjamin terbukanya akses informasi bagi masyarakat agar dapat mengetahui dan memahami berbagai proses penyelenggaraan pemerintahan. Keterbukaan ini memungkinkan publik untuk ikut serta mengawasi dan mengevaluasi jalannya kebijakan pemerintah secara objektif. Kejahatan jalanan seperti klitih, menjadi isu yang cukup sensitif dan berdampak langsung pada rasa aman masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang dijalankan humas menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap kinerja dan komitmen kepolisian dalam memberantas tindak kriminal tersebut. Bentuk nyata dari fungsi humas ini dapat dilihat melalui berbagai aktivitas komunikasi seperti konferensi pers, media sosial resmi, kampanye edukatif, dialog publik, hingga kemitraan dengan tokoh masyarakat. Humas Polda DIY juga aktif membentuk narasi yang menunjukkan keseriusan aparat dalam menindak pelaku kejahatan jalanan serta menampilkan sisi humanis, institusi kepolisian, dengan harapan mampu memulihkan kepercayaan publik yang mungkin terganggu akibat persepsi negatif terhadap aparat.

Yogyakarta, yang memiliki karakteristik budaya yang kuat dan tingkat partisipasi publik yang tinggi, membutuhkan institusi kepolisian yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi untuk menjaga stabilitas sosial, terutama dalam menangani kejahatan jalanan seperti "klitih". Kejahatan ini tidak hanya mengganggu keamanan, tetapi juga dapat menurunkan legitimasi kepolisian jika tidak ditangani secara transparan. Oleh karena itu, Humas Polda DIY memiliki peran strategis dalam membangun narasi publik mengenai upaya kepolisian dalam menangani kejahatan jalanan, dengan menggunakan komunikasi yang terbuka dan transparan untuk mempromosikan keselamatan masyarakat. Komunikasi yang efektif melalui media, platform digital, dan keterlibatan masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat kolaborasi antara kepolisian dan masyarakat. Namun, tantangan tetap ada, seperti kurangnya kehadiran aparat di wilayah rawan kejahatan dan kegagalan dalam memberikan efek jera kepada pelaku. Upaya komunikasi kepolisian harus selaras dengan tindakan nyata untuk membangun kepercayaan publik, memastikan proses yang transparan dan responsif dalam menangani kasus. Pembaruan informasi secara berkala dan komunikasi yang jelas sangat penting untuk mencegah ketidakpuasan dan kesalahpahaman, terutama di era digital yang berkembang pesat. Keterlibatan publik, kampanye media, dan kinerja yang konsisten diperlukan untuk menjembatani kesenjangan antara narasi digital dan tindakan nyata, yang pada akhirnya mendukung kepercayaan publik dan keselamatan komunitas.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Polda DIY bersifat komprehensif dan proaktif melalui komunikasi internal dan eksternal, dengan mengedepankan keterbukaan informasi, kolaborasi lintas sektor, serta pendekatan humanis. Humas Polda DIY memanfaatkan media sosial, portal humas, serta program komunikasi seperti podcast dan berita daring untuk menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda. Berdasarkan indikator komunikasi seperti kredibilitas, isi pesan, kejelasan, konsistensi,

konteks, saluran komunikasi, dan kemampuan audiens, strategi ini telah berjalan cukup efektif, ditunjang dengan evaluasi rutin untuk meningkatkan kualitas komunikasi. Strategi ini terbukti membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian dalam menangani kejahatan jalanan, meskipun masih terdapat tantangan yang perlu diperbaiki. Beberapa aspek yang perlu dibenahi antara lain kurangnya kehadiran fisik di wilayah rawan kejahatan jalanan, penanganan hukum yang belum menimbulkan efek jera, lambatnya penyelesaian kasus dan minimnya pembaruan informasi, serta kebutuhan sinkronisasi antara narasi digital dengan realitas di lapangan. Oleh karena itu, disarankan agar Polda DIY meningkatkan frekuensi patroli di area rawan, memperkuat penegakan hukum dengan hukuman yang lebih tegas, mempercepat update informasi publik terkait perkembangan kasus, serta mengintegrasikan hasil komunikasi digital dengan langkah nyata di lapangan untuk menciptakan persepsi publik yang positif dan lebih percaya terhadap kinerja kepolisian.

REFERENCES

- Broom, G. M., & Cutlip, S. M. (2023). *Effective public relations in a digital age*. Routledge.
- Cahyono, A. P. (2022). *Analisis data kualitatif: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2021). *Effective public relations* (12th ed.). Pearson.
- Dewi, R., & Nuriyatman, E. (2017). Efektifitas Undang-Undang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). *Jurnal Hukum Respublica*, 16(2), 333–349.
- Fadilah, M. R., & Hartini, S. (2023). Upaya penanggulangan kejahatan jalanan klitih oleh Kepolisian Resor Sleman. *E-CIVICS: Jurnal Kajian Mahasiswa Pendidikan Pancasila Kewarganegaraan*, 12(01), 38–544.
- Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). Strategi manajemen humas dalam meningkatkan animo masyarakat terhadap pendidikan madrasah. *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 28–45.
- Hartanto, H. (2022). Klitih sebagai bentuk kejahatan disertai kekerasan (extraordinary juvenile delinquency). *Juris Humanity: Jurnal Riset dan Kajian Hukum Hak Asasi Manusia*, 1(1), 14–23.
- Kurniawan, B. (2022). *Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta Dan Tantangan Kemandirian Kalurahan (Studi Kebijakan “Kelompok Jaga Warga” oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Tautannya dengan Kewenangan Kalurahan dalam Pembinaan Kemasyarakatan di Daerah Istimewa Yogya*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa" APMD".
- Kusuma, P., Dharsono, D., Marianto, D., & Guntur, G. (2020). Maskot Kota Yogyakarta. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 250–255. <https://doi.org/10.31091/mudra.v35i2.1052>
- Liu, B., Zhang, X., Zhang, X., Xu, H., & Wang, S. (2021). Understanding the role of social media in online health communities: A review of benefits and concerns. *Computers in Human Behavior*, 126, 106984.
- Rahmawati, I. (2021). *Komunikasi publik dan dinamika persepsi masyarakat*. Surabaya: Pena Nusantara.
- Santosa, B. (2022). *Komunikasi publik dan hubungan media*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shenton, A. K. (2020). *Qualitative research in education*. Sage Publications.
- Solis, B. (2020). *Lifescape: How to live a more creative, productive, and happy life*. Wiley.
- Sugiyono, P. D., Lestari, D. P., Dian, W., Naningsih, D., P, S. E., Saputra, A., Afifah, N. N., Alias, B. P., Ziraluo, S. N., Studi, P., Komunikasi, I., Tidar, U., Utara, M., Tengah, J., Akbar Ginting, M., Rizal Saragih, Y., Rohani, L., Kurmia, N., Barat, S., ... Rahmadianti, W. (2023). Peran divisi humas Polda DIY dalam membangun citra positif. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 2(2), 55–61. <http://publication.petra.ac.id/index.php/sastra-tionghoa/article/view/121>
- Trisakti, F., et al. (2022). Transparansi dan kepentingan umum. *Jurnal Diaklektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 19(1), 29–28.
- Prabowo, T. T. (2020). *Memperebutkan ruang publik virtual: literasi, hoax, dan perdamaian*. Zahir Publishing.

Strategi Komunikasi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepolisian Dalam Menangani Kejahatan Jalanan

Wiryanto. (2021). *Persepsi publik dan komunikasi massa dalam masyarakat digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.