

Strategi Humas Polisi Resort Kota Samarinda dalam Menangani Berita Hoax di Samarinda

Public Relations Strategy of Samarinda City Resort Police in Handling Hoax in Samarinda

Rozalia Fitriany Oedi, Endang Erawan, Kadek Dristiana Dwivayani
Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Abstrak

Menjelang pemilihan umum presiden pada tahun 2019, berita hoax semakin marak tersebar sebagai kampanye hitam (black campaign) yakni saling menjelekkkan antara kubu politik yang berseberangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Polresta Samarinda dalam menangani berita hoax pemilihan umum presiden 2019 di Kota Samarinda. Fokus penelitian ini adalah 7-Cs PR Communications yang digagas oleh Cutlip, Centre & Broom. 7C itu sendiri terdiri dari, Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channel, dan Capability of the audience. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polresta Samarinda mempunyai posisi yang sangat penting untuk menangani hoax menjelang Pemilu Presiden 2019. Humas telah melakukan observasi, klarifikasi, konfirmasi, serta validasi sebagai penanganan cepat tanggap terhadap hoax. Humas telah memberikan layanan komunikasi dari lembaga kepada masyarakat yang dilakukan melalui sosialisasi atau penyuluhan serta secara rutin di media sosial dan semua didukung dengan kemajuan teknologi sehingga membuat kinerja dalam proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat dan akurat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Hoax, Pemilu Presiden 2019

Abstract

In the run-up to the presidential election in 2019, hoax news is increasingly spreading as a black campaign, namely vilifying each other between opposing political camps. This study aims to determine the communication strategy of the Samarinda Police Public Relations in handling hoax news for the 2019 presidential election in Samarinda City. The focus of this research is 7-Cs PR Communications initiated by Cutlip, Center & Broom. 7C itself consists of, Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channel, and Capability of the audience. Data collection techniques in this study used three ways, namely observation, interviews and documentation. The results showed that the Public Relations of the Samarinda Police has a very important position to handle hoaxes ahead of the 2019 Presidential Election. Public Relations has made observations, clarifications, confirmations, and validations as a quick response to hoaxes. Public Relations has provided communication services from institutions to the community through socialization or counseling as well as regularly on social media and all are supported by technological advances so as to make performance in the process of delivering information faster and more accurate.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Hoax, 2019 Presidential Election

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi menyebabkan berita palsu atau yang lebih dikenal dengan sebutan *hoax* dengan mudah tersebar di berbagai media cetak maupun online. Sebagian masyarakat dengan mudah mempercayai dan menyebarkan berita *hoax*. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan dari masyarakat tidak mencari kebenaran dari berita yang diterimanya.

Hoax merupakan informasi yang dibuat-buat sebagai usaha menutupi atau mengaburkan informasi yang benar dengan menyebarkan pesan yang salah (Kominfo, 2017). Dengan kata lain *hoax* merupakan kegiatan pemutarbalikan informasi yang benar agar diyakini dan diterima publik tanpa verifikasi lebih dulu. *Hoax* secara sengaja bertujuan membuat masyarakat bingung sehingga lemah dalam mengambil keputusan terhadap sebuah informasi. Dalam perkembangannya *hoax* banyak digunakan sebagai bentuk *black campaign* untuk mempengaruhi persepsi calon pemilih terhadap kandidat tertentu (Huda, Sophia, & Putri, 2018).

Adapun menjelang pemilihan umum presiden pada tahun 2019, berita *hoax* semakin marak tersebar. Penyebaran *hoax* dimaksudkan untuk melakukan kampanye hitam (*black campaign*) yakni saling menjelekan antara kubu politik yang berseberangan. Berita *hoax* yang tersebar saat menjelang pemilihan umum biasanya lebih ekstrem dari pada berita *hoax* biasa misalnya dengan penyebaran fitnah, menyinggung isu SARA dan sebagainya yang bertentangan dengan norma-norma sosial.

Berita *hoax* tentang pemilihan umum banyak mengandung kalimat kebencian terutama melalui media online. Selain itu, fenomena yang menarik atau aneh juga seringkali diangkat sebagai berita oleh media online untuk mendapatkan pembaca, meski kebenarannya belum dapat

dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, kemampuan masyarakat membaca, memilih dan memverifikasi informasi dari sumber-sumber online juga sangat dibutuhkan sebelum ikut menyebarkannya.

Fenomena *hoax* menjelang pemilihan umum sangat menarik untuk diteliti, dikarenakan hal itu berkaitan dengan adanya berbagai kejadian yang terjadi akhir-akhir ini yang menyebabkan keresahan dimasyarakat luas. Sebagai contoh, berita *hoax* tentang pemilihan umum di Kota Samarinda pada September 2018 oleh salah satu akun facebook yang mengatakan bahwa Personel Polresta Samarinda melakukan intimidasi terhadap Majelis Rasulullah di Jalan Cendana. Untuk itu, Kepolisian Resort Kota Samarinda (Polresta Samarinda) melakukan verifikasi dan berita palsu itu pun dapat segera dikonfirmasi oleh pihak Majelis (Polresta Samarinda, 2019b).

Kemudian, pada bulan Mei 2019 beredar *broadcast* himbauan dengan mengatasnamakan Kadiv Humas Polri Ijen Pol. Muhammdad Iqbal, S.I.K., M.H., agar masyarakat menghindari ke tempat-tempat ramai, memperketat penjagaan rumah-rumah ibadah, menjauhi orang-orang yang membawa tas ransel dan berlagak aneh, sehubungan dengan pengumuman Presiden dan Wakil Presiden Indonesia periode 2019-2024. Himbauan tersebut adalah *hoax* dan dikonfirmasi oleh Kadiv Humas Polri Irjen Pol. Muhammad Iqbal, S.I.K., M.H., bahwa beliau tidak pernah mengeluarkan himbauan atau pernyataan tersebut (Polresta Samarinda, 2019a).

Berdasarkan kejadian yang telah dipaparkan diatas, Polresta Samarinda diharapkan dapat menetapkan strategi yang tepat untuk menangani berita-berita palsu atau *hoax* yang dapat meresahkan masyarakat. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dapat menjadi dasar bagi pihak kepolisian untuk

menjerat para pelaku penyebar *hoax* dengan ancaman sanksi pidana kurungan dan denda.

Polresta Samarinda melalui bidang humas telah melakukan himbauan kepada masyarakat untuk bijak dalam menyikapi berbagai isu dan informasi palsu yang beredar di media sosial. Menurut Widjaja (2008) humas terkait dengan kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan dalam menjalankan tugas dan fungsi sebuah organisasi. Selain itu, humas juga memiliki fungsi manajemen yang bertujuan membangun dan mempertahankan relasi antara organisasi dan publik untuk mendukung tujuan organisasi (Cutlip, Center, & Broom, 2006)

Widjaja (2008) berpendapat tugas humas yang perlu diperhatikan antara lain: (1) melakukan kegiatan internal dan eksternal secara informatif, edukatif dan persuasif serta menghindari pendekatan imperatif dan pubitif, dan (2) melakukan kegiatan komunikasi yang terencana dan kontinu serta disampaikan dengan terpercaya, objektif dan tepat sasaran. Adapun, menurut Ardianto (2009) humas merupakan gabungan antara tujuan identitas, citra dan reputasi dimana terdapat keterkaitan antara fungsi-fungsi tersebut dalam implementasi kegiatannya.

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka humas bertujuan untuk memperkuat atau merubah kognisi, afeksi dan perilaku dari komunikannya. Dalam hal komunikasi organisasi maka komunikannya adalah publik dari organisasi tersebut. Lebih lanjut, tujuan humas menurut Kusumastuti (2004) adalah: 1) memenuhi aspek kognisi dengan terbentuknya saling pengertian, 2) memenuhi aspek afeksi dengan terbentuknya saling percaya, dan 3) memenuhi aspek psikomotoris dimana tercipta kerjasama.

Humas Polresta Samarinda merupakan subjek pada penelitian ini. Kepala Sub bagian Humas Polresta Samarinda merupakan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada kesatuan Polresta Samarinda sesuai dengan petunjuk teknis yang terkandung dalam Perkap Nomor 24 Tahun 2011.

Humas Kepolisian bertujuan mengedukasi dan meningkatkan kecakapan hukum masyarakat serta membangun citra kepolisian khususnya melalui kegiatan masyarakat dan pembinaan (Wiyanti, 2010). Humas Kepolisian dapat dipahami sebagai humas non-profit yang kegiatannya tidak bertujuan pada profit melainkan bersifat non-materiil (Morrissan, 2008).

Sementara itu, strategi merupakan langkah-langkah yang ditempuh dalam usaha mencapai tujuan dan sasaran dalam organisasi (Oliver, 2007). Dalam hal ini, dibutuhkan perencanaan dan manajemen dimana strategi berperan sebagai arah dalam menetapkan taktik pelaksanaan untuk mencapai tujuan (Effendy, 2004). Dalam strategi *Public Relations* dikenal istilah 7 Cs (Ruslan, 2006), sebagai berikut:

- a. *Credibility* (Kredibilitas) yaitu kondisi saling percaya antara komunikator dengan komunikan, atau dalam hal ini keyakinan publik terhadap organisasi.
- b. *Context* (Pertalian) yaitu kesesuaian antara pesan yang disampaikan organisasi dengan kenyataan yang ditemui oleh publik.
- c. *Content* (Isi) yaitu pesan yang dianggap bermanfaat bagi publik.
- d. *Clarity* (Kejelasan) yaitu pesan yang mudah dipahami oleh target komunikan.
- e. *Continuity and Consistency* (Kesesinambungan dan Konsistensi) yaitu kemampuan untuk menyampaikan pesan berulang-ulang namun tidak saling bertabrakan makna yang diterima publik.
- f. *Channel* (Saluran Pengiriman Berita) yaitu terkait pemilihan sarana dalam penyampaian pesan.

g. *Capability of the audience* (Kemampuan Komunikasi) yaitu kemampuan komunikasi memahami pesan sesuai tujuan komunikasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Disebut penelitian deskriptif, karena penelitian ini bermaksud untuk memaparkan fenomena sosial yang teramati dan berupaya mengumpulkan fakta-fakta tanpa menguji hipotesis (Risaldi, 2016). Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang lebih lengkap, menyeluruh dan dapat dipercaya dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam pengumpulan data digunakan metode *in-depth interview* kepada informan-informan yang memenuhi kriteria penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hoax berkembang disebabkan beberapa faktor: (1) adanya motif politik dalam meraih kekuasaan melihat hoax sebagai metode efektif untuk menjatuhkan kompetitor; (2) penyebaran hoax maupun ujaran kebencian diorganisir dengan baik; (3) kurangnya kecakapan masyarakat dalam menyeleksi informasi dari media sosial; (4) tokoh dengan banyak pengikut di media sosial turut menyebarkan opini pribadi tanpa mempertimbangkan akibat di masyarakat (Septanto, 2018).

Peneliti berusaha mengimplementasikan teori Scoot M Cultip dan Allen yang dinamakan dengan "*The Seven Communication*" atau 7C. Teori ini dianggap relevan dengan realita yang ada pada Strategi Humas Polresta Samarinda dalam menangani berita palsu atau *hoax* pilpres 2019 di Samarinda. Berikut adalah pembahasan hasil penelitian yang diuraikan melalui beberapa tahapan 7C.

1. *Credibility*

Hubungan masyarakat bertujuan memelihara saling pengertian, membentuk saling percaya dan menciptakan kerjasama (Kusumastuti, 2004). Dalam hal ini, komunikasi diharapkan yakin dan menghormati sumber informasi (komunikator) agar dapat menerima informasi dengan baik (Cutlip et al., 2006). Rasa saling percaya tersebut dibangun dari awal oleh Humas Polresta Samarinda terhadap masyarakat di Samarinda.

Rasa saling percaya tersebut ditunjukkan melalui dua hal yaitu, kredibilitas dari para sumber yang dapat dilihat dari pengetahuan, pengalaman dan kedudukan sumber itu sendiri. Sumber disini merupakan perorangan atau lembaga yang ditunjuk langsung sebagai komunikator oleh humas untuk mengisi kegiatan sosialisasi atau penyuluhan dalam melakukan himbauan agar tidak mudah percaya pada berita *hoax*, khususnya saat menjelang Pemilu Presiden 2019.

Selanjutnya, fasilitas yang ditawarkan kepada masyarakat Samarinda oleh humas, yakni kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Humas Polresta Samarinda. Salah satunya menjadi narasumber dalam kegiatan Deklarasi Anti Hoax yang diadakan oleh jurnalis di Samarinda. Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka mengantisipasi dan mengedukasi masyarakat dalam penyebaran *hoax* dan ujaran kebencian di tahun politik.

Humas Polresta Samarinda membangun kredibilitas dengan mengadakan sosialisasi anti *hoax* di kampus maupun sekolah. Narasumber utama adalah Ipda Danova selaku Kepala Sub Bagian Humas, dengan mengundang sumber pendamping, antara lain Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Samarinda dan Charles Siahaan selaku Ketua Komunitas Gerakan Anti Hoax Samarinda.

Selain itu, menjadi narasumber kegiatan jurnalis dalam kegiatan anti Hoax, mengisi talkshow 'Halo Polisi' di radio RRI secara rutin, serta aktif menyampaikan himbauan melalui media sosial yang dimiliki oleh Polresta Samarinda. Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan meningkatkan rasa percaya masyarakat dalam menerima pesan yang disampaikan.

Dari hasil temuan di lapangan, Humas Polresta Samarinda telah berupaya dalam mencapai saling mengerti. Antara lain dengan memberikan informasi aktivitas kepolisian, pengungkapan kasus hingga himbauan yang disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, dalam menjaga hubungan dan membentuk saling percaya kepada masyarakat adalah dengan menyampaikan informasi tersebut secara persuasif dan terus menerus sehingga dari semua tindakan komunikasi yang dilakukan maka terbentuknya kerjasama yang nyata dengan masyarakat.

2. *Context*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006), untuk mencapai komunikasi yang efektif dibutuhkan lingkungan yang mendukung tanpa gangguan (noise) dalam proses komunikasi antara komunikator dan komunikan melalui sarana yang dapat diterima keduanya dengan baik.

Fenomena *hoax* berkaitan dengan menjelangnya Pemilihan Umum Presiden di Samarinda, diketahui dengan adanya berbagai kejadian yang menyebabkan keresahan di masyarakat luas. Sebagai contoh, berita *hoax* tentang pemilihan umum di Kota Samarinda pada Tahun 2019 oleh salah satu akun facebook. Hal tersebut menjadi tugas Humas Polresta Samarinda untuk menyelidiki terlebih dahulu dan kemudian memberikan informasi, klarifikasi atau penegasan terhadap berita yang tersebar dengan fakta yang sebenarnya di

lapangan agar tidak meresahkan masyarakat dalam menjelang Pemilu Presiden 2019.

Dari hasil penelitian, Humas Polresta Samarinda telah dengan tanggap memberikan informasi atau melakukan klarifikasi apabila terdapat laporan atau berdasarkan hasil penyelidikan dan pengamatan Humas Polresta Samarinda sendiri terkait berita yang tersebar di lingkungan masyarakat. Adapun humas akan melakukan observasi terlebih dahulu terhadap berita terkait, apabila berita tersebut tidak dapat dipastikan kebenarannya ataupun berbeda dengan kondisi di lapangan, maka humas akan memberikan klarifikasi melalui akun resmi media sosial Humas Polresta Samarinda.

3. *Content*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006), pesan harus sesuai dengan sistem nilai komunikasi dan mengandung makna yang dapat diterima komunikasi. Misalnya, pesan dari organisasi publik haruslah menyangkut dengan kepentingan publik.

Dalam pembuatan pesan, Humas Polresta Samarinda sangat mengutamakan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Hal itu dapat dilihat dari informasi yang disebarkan oleh humas berisikan nilai-nilai keragaman masyarakat yakni toleransi dan persatuan bangsa yang berasal dari kebhinekaan. Selain itu, pesan juga berisikan tentang himbuan agar lebih bijak dalam menyaring berita, dan lebih waspada terhadap berita yang belum dapat dipastikan kebenarannya. Hal tersebut ditujukan oleh humas sebagai upaya agar tidak terjadi perselisihan antar masyarakat saat menjelang, maupun setelah berjalannya Pemilu Presiden 2019.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses pembuatan pesan staf humas melakukan pengolahan data menjadi informasi, untuk kemudian

diverifikasi dan divalidasi manfaat dan dampaknya bagi masyarakat oleh Kasubbag humas sesuai dengan Peraturan Kepolisian mengenai Tata Cara Pelayanan Informasi Publik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Humas Polresta Samarinda telah menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan kepentingan masyarakat di Samarinda. Hal itu dapat dilihat dari strategi humas dalam membuat isi pesan secara terorganisir dan bermanfaat bagi masyarakat, lalu kemudian menyebarkan himbuan atau informasi yang terkait berita palsu atau *hoax* yang marak tersebar di Kota Samarinda khususnya pada Pemilu Presiden 2019.

4. *Clarity*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006), pesan harus disampaikan dalam istilah yang sederhana serta memiliki maksud yang dipersepsikan sama oleh sumber dan target komunikasi.

Kejelasan komunikasi yang dilakukan Humas Polresta Samarinda dapat dilihat dari pemilihan sumber, konteks dan konten pesan mengenai penanganan *hoax* pada Pemilu Presiden 2019 yang sudah ditentukan dan dipersiapkan sedemikian rupa, sehingga humas dengan mudah dan cepat menyampaikan himbuan-himbuan ataupun klarifikasi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dalam menyampaikan pesan melalui himbuan dan klarifikasi, Humas Polresta Samarinda menggunakan bahasa, kata-kata maupun istilah yang mudah dimengerti oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, humas juga memberikan contoh-contoh kasus *hoax* yang telah beredar melalui dua cara, yakni secara langsung melalui presentasi pada kegiatan sosialisasi dan secara tidak langsung melalui media sosial pada akun-akun resmi Humas Polresta.

Dengan begitu, informasi-informasi yang disampaikan humas melalui himbauan dan klarifikasi dapat dikatakan memiliki tingkat kejelasan yang cukup. Mengingat penyampaian pesan yang dilakukan humas menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti dan penyampaiannya juga dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung.

5. *Continuity and Consistency*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006) pesan yang disampaikan secara berulang dalam proses komunikasi harus konsisten antara satu dengan yang lain serta tidak menimbulkan pertentangan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah komunikasi dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Humas Polresta Samarinda secara terus-menerus memberikan informasi kepada masyarakat terkait *hoax* Pemilu Presiden 2019 melalui pesan yang bervariasi dan melalui berbagai media. Pesan yang disampaikan oleh humas biasanya berbentuk himbauan, ajakan, larangan dan klarifikasi. Pesan itu sendiri disebar oleh humas secara intens setiap hari dengan tujuan agar masyarakat lebih mudah menyaring antara berita asli dan palsu.

Selain pesan disampaikan secara kontinu, Humas Polresta Samarinda juga menyampaikan informasi secara konsisten, yang berarti isi pesan yang disebar tidak saling bertentangan antara satu dan lainnya. Hal itu dilakukan guna mengurangi tersebarnya berita palsu yang akan mengganggu ketenangan masyarakat khususnya menjelang Pemilu Presiden 2019 di Kota Samarinda.

6. *Channel*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006), komunikator harus mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya, serta dipilih oleh publik sebagai target utama dalam mendapatkan informasi. Dalam hal ini, penggunaan media harus dapat mencakup penyiaran yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah saluran tapi juga ketepatan strategi pengemasan pesan agar mudah diterima komunikasikan target audiens (Wardhani, 2008).

Berdasarkan uraian diatas, semakin canggih sistem informasi sekarang membuat Humas Polresta Samarinda memilih media sosial sebagai alat untuk menyampaikan informasi. Hal itu sangat memudahkan humas dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat dan masyarakat juga dimudahkan dalam menyampaikan aspirasi maupun keluhan kepada Polresta Samarinda. Media sosial ini dikelola langsung oleh staf humas.

Oleh karena itu, media sosial adalah salah satu media yang dianggap paling efektif, efisien dan diminati masyarakat untuk melakukan sosialisasi. Adapun terdapat beberapa kanal digital yang digunakan oleh Polresta Samarinda sebagai strategi komunikasi melalui media sosial, sebagai berikut: (1) Facebook @Polrestasamarinda, (2) Twitter@Polresta_SMD, (3) Instagram @Polrestasamarinda, (4) Website resmi www.Polrestasamarinda.com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polresta Samarinda menggunakan berbagai macam kanal digital sebagai cara agar informasi yang disampaikan kepada publik dapat diterima dengan baik. Selain itu, pemenuhan konten yang disiapkan semakin mempertegas bahwa media sosial pada Humas Polresta Samarinda benar-benar dilakukan agar setiap

kanal digital bisa menyesuaikan berdasarkan karakteristik masing-masing dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

7. *Capability of the audience*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (dalam Ruslan, 2006), komunikasi dapat dikatakan efektif apabila komunikator (pengirim pesan) tidak menciptakan kesusahan bagi komunikan (penerima pesan) untuk memahami pesan yang disampaikan melalui media yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polresta Samarinda menentukan sasaran penyebaran himbauan *hoax* ialah seluruh masyarakat di Kota Samarinda. Namun, yang menjadi sasaran utama ialah anak muda atau generasi milenial yang saat ini sangat dekat dengan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Selain itu, mahasiswa juga termasuk sebagai sasaran yang utama dikarenakan mahasiswa sudah awam terhadap proses memilah antara berita yang fakta dan palsu. Mahasiswa juga dianggap lebih peduli terhadap penanganan kasus *hoax*. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa Humas Polresta Samarinda menitikberatkan fokusnya untuk menyebarkan informasi-informasi terkait *hoax* di dasarkan pada kemampuan audiens yang selektif, kritis dan objektif.

Terlepas dari kegiatan Humas Polresta Samarinda melalui media sosial, terdapat kelebihan dan kekurangan yang dihadapi. Kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

- a. Kelebihan strategi komunikasi Humas Polresta Samarinda melalui media sosial:

- 1) Alur komunikasi Humas Polresta Samarinda menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga segala informasi yang memerlukan kecepatan dapat tersampaikan dan diselesaikan dengan tepat.
 - 2) Penyajian informasi melalui kanal digital lebih terorganisir dan lebih menarik karena adanya pelatihan untuk meningkatkan media sosial di lingkup humas Polri termasuk Humas Polresta Samarinda.
 - 3) Masyarakat dengan mudah memperoleh informasi mengenai Polresta Samarinda. Hal ini dipertegas dengan kanal digital yang menyajikan konten menarik yang sesuai karakteristik masing-masing media sosial yang lebih aktif.
 - 4) Masyarakat lebih mudah terhubung dengan Polresta Samarinda misalnya masyarakat bisa melakukan *direct message* (DM) ke kanal digital yang selanjutnya akan diarahkan oleh admin.
 - 5) Staf yang ada di Humas Polresta Samarinda sesuai dengan bidangnya dan memiliki spesifikasi yang jelas dimulai dari penerimaan pegawai Polri termasuk Polresta Samarinda sebagai upaya adaptasi.
- b. Kekurangan strategi komunikasi Humas Polresta Samarinda melalui media sosial:
- 1) Kurangnya staf pengelola kanal digital di Humas Polresta Samarinda.
 - 2) Belum ada sub bidang multimedia yang memiliki fokus pada *digital savvy* sehingga dalam pengelolaan informasi tidak terfokus pada 1 sub bidang, berbeda dengan divisi humas Polri yang telah berfokus di bidang multimedia.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 28 Ayat 1 dijelaskan

bahwa “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian, dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00- (satu miliar rupiah)” (Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 2016, hal. 7). Ketentuan tersebut diharapkan dapat menjadi dasar bagi pihak kepolisian untuk menjerat para pelaku *hoax* dengan ancaman sanksi pidana kurungan dan denda.

Dengan demikian aspek kejujuran atau obyektivitas dalam komunikasi merupakan etika yang didasarkan kepada data dan fakta. Faktualisasi menjadi kunci dari etika kejujuran. Menulis dan melaporkan dilakukan secara jujur, tidak memutarbalikkan fakta yang ada. Dalam istilah lain adalah informasi yang teruji kebenarannya dan orangnya terpercaya atau adapat diakui integritas dan kredibilitasnya.

Berdasarkan penelitian ini terdapat hal mengenai kelebihan strategi komunikasi Humas Polresta Samarinda melalui media sosial yang juga mampu meningkatkan komunikasi antara staf sehingga pola komunikasi yang terbentuk lebih solid. Akan tetapi, kekurangan jumlah staf tetap mempengaruhi kinerja Humas Polresta Samarinda. Khusus pada belum adanya sub bidang multimedia yang khusus pada pengelolaan kanal digital, hal ini mempengaruhi kerja sehingga tidak optimal dalam mengingat berbagai macam perubahan yang dapat terjadi.

Media sosial sebagai salah satu kanal digital yang merupakan bagian dari kemajuan jaman perlu dimanfaatkan melalui media sosial. Hal ini telah dilakukan oleh Humas Polresta Samarinda bahkan menggunakan lebih banyak kanal digital dengan karakteristik yang berbeda. Walaupun pada

prakteknya ada kekurangan dari belum adanya bidang multimedia yang benar-benar fokus pada pengelolaan media sosial. Dengan demikian, penelitian ini mendeskripsikan bahwa Polresta Samarinda menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial dengan segala aktivitas yang mendukung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai strategi humas dalam menangani *hoax* pilpres 2019 yang beredar di Samarinda dalam teori 7-Cs PR Communications, Humas Polresta Samarinda telah menjalankan 7 komponen dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini, hal itu dimaksud agar pelaksanaan penanganan beredarnya berita *hoax* di Samarinda menjadi efektif dan efisien.

1. *Credibility* dapat dilihat pada sumber-sumber pendamping yang dipilih untuk membantu kegiatan humas dalam penanganan Hoax. Misalnya, perorangan atau lembaga yang sudah memiliki pengalaman, pengetahuan, dan diakui memiliki kompetensi terkait penanganan *hoax*.
2. *Context*, bagian humas telah melakukan penyesuaian antara informasi dan kondisi terkini masyarakat di Samarinda.
3. *Content*, humas mengutamakan isi pesan yang menyangkut nilai-nilai toleransi dan persatuan bangsa.
4. *Clarity*, humas telah memastikan bahwa informasi-informasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah di mengerti, dan tetap bersifat menarik.
5. *Continuity and Consistency*, humas menitikberatkan fokusnya pada penyampaian pesan yang berupa himbauan-himbauan yang dilakukan secara

berulang-ulang, dan memiliki isi yang konsisten. Pada tahap ini dimaksudkan agar masyarakat dapat lebih mudah memahami isi pesan.

6. *Channel* dan penyebaran informasi, Humas Polresta Samarinda memanfaatkan kemajuan teknologi, yakni informasi yang disampaikan sekarang menggunakan berbagai media, salah satunya media sosial.
7. *Capability of the audience*, Humas Polresta Samarinda cenderung menargetkan sasaran komunikannya kepada anak muda, karena menurut informan, anak muda atau mahasiswa berperan aktif dalam penyebaran informasi khususnya di media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Humas Polresta disini telah menjadi fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi sesuai teori 7-Cs PR Communications. Komponen Channel atau Saluran Komunikasi menjadi peran penting dalam Strategi yang dilakukan Humas sendiri dimana melaksanakan komunikasi dan memberikan layanan komunikasi dari lembaga kepada masyarakat khususnya dalam dalam hal ini penanganan Hoax Pilpres 2019 yang dilakukan secara rutin dan semua didukung dengan kemajuan teknologi sehingga membuat kinerja dalam proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat dan akurat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Humas Polresta Samarinda telah menjalankan perannya dengan baik namun masih kurang dalam berkomunikasi kepada masyarakat secara langsung. Humas Polresta Samarinda hendaknya meningkatkan penyebaran informasi dan himbauan seperti menggunakan baliho, spanduk, dan brosur.

Selain itu, Polresta Samarinda hendaknya dapat meningkatkan kapabilitas staf dalam bidang kehumasan dan pengelolaan informasi melalui pelatihan terkait. Lebih jauh, Polresta Samarinda hendaknya mempunyai staf khusus pada

bidang multimedia dalam humas yang benar-benar fokus pada pengelolaan media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis* (Edisi Pert). Jakarta: Widya Padjajaran.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Huda, A. N., Sophia, U., & Putri, N. A. D. (2018). *Koordinasi Antar Stakeholders dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Kota Tanjungpinang Tahun 2018*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Kominfo. (2017). Melawan "hoax."
- Kusumastuti, F. (2004). *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrissan. (2008). *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Polresta Samarinda. (2019a). No Title.
- Polresta Samarinda. (2019b). Polisi Intimidasi Majelis adalah Hoax. Retrieved July 15, 2019, from <https://www.polrestasamarinda.com/2018/09/>
- Risaldi, H. (2016). Pembinaan Kepala Desa dalam Kegiatan Pemuda di Kota Bangun Seberang Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *EJournal Ilmu Pemerinatahan*, 4(1), 515–528.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Septanto, H. (2018). Pengaruh HOAX dan Ujaran Kebencian Sebuah Cyber Crime Dengan Teknologi Sederhana di Kehidupan Sosial Masyarakat. *Kalbiscientia: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(2), 157–162. Retrieved from <http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/LCSCVZI11HG7VORWMAFRW7GH3.pdf>
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. , (2016).

- Wardhani, D. (2008). *Media Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaja, H. A. W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wiyanti, R. A. (2010). *Strategi Binamitra Polisi Sektor (Polsek) Tambusai Utara Sebagai Pelaksana Fungsi Humas dalam Mensosialisasikan Program Kamtibmas*. Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau.