

***POLICE IN PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES INCREASE THE  
PARTISPASI SOCIETY AT THE SAFE HOUSE PROGRAM IN DISTRICT  
SUKAJADI PEKANBARU***

**Compiled By : Elizabeth Br. Lingga**  
**Email : [elisabethlastchild@gmail.com](mailto:elisabethlastchild@gmail.com)**

**Counsellor:**  
**Evawani Elysa Lubis, M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya jl. H.R Soebrantas Km. 12,5Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

***ABSTRACT***

*Safe House is a program established by the Police Sector Sukajadi. The program is conducted almost three years, and still there from some people who do not know the safe house program. It is also shown that not all the people involved in the safe house program, and the participation of people from year to year has decreased leading to poor public perception of the police. Therefore, this study aims to determine the strategy of persuasive communication on the program safe house of the police, the elements of persuasive communication on the program safe house of the police to improve community participation Sukajadi and communication barriers persuasive police to improve community participation in the programme safe house.*

*This study uses descriptive qualitative data collection techniques of observation, interviews, and documentation. The data obtained are then processed to be reduced, resulting conclusions presented to the public. Mechanical election informants in this study were seven based techniques that researchers use purposive. Data was collected through interviews, observation, and documentation. As for the technical examination of the validity of data, researchers use extension of participation techniques and triangulation.*

*The results showed that <sup>(1)</sup>strategy of persuasive communication in the program safe house through a strategy of psychodynamic by touching people's emotional, and communicating rampant criminal acts that result in material damage or lead to death the victims, persuasion sociocultural police participated on public activity <sup>(2)</sup>unsur elements persuasive communication on program safe house through persuader presence of some police personnel were less than friendly, indifferent and only standby diposguard, persuadee public response to the program open or positive, the message is less effective, the channel used by the delivery of home home (door to door), stickers appeal, as well as direct communication (face to face), the feedback given community is very positive, <sup>(3)</sup>obstacle-barrier persuasive communication in the program safe house that social status differences in economic status, job title / position in the community, as well as their prejudiced this program only for imaging the police.*

***Keywords: Strategy Persuasive Communication, Safe House, Participation of Public***

---

\*Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010

## PENDAHULUAN

Kemajuan kota Pekanbaru menjadikan sasaran bagi setiap individu-individu dari luar daerah untuk mengadu nasib ataupun mencari lapangan pekerjaan. Tentu hal ini akan berpengaruh pada ketersediaan lapangan pekerjaan, serta meningkatnya angka pengangguran. Dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut meningkatnya angka kriminalitas akibat jumlah penduduk yang bertambah serta kurangnya lapangan pekerjaan yang disediakan.

Fenomena yang terjadi di kota Pekanbaru yang sering ataupun marak terjadi yaitu curanmor, curat pecah kaca mobil dan curas jambret. Seperti halnya yang sering terjadi di Kec. Sukajadi, yaitu kasus curanmor, pencurian, kekerasan dalam rumah tangga, dll. Maraknya tindakan kriminal yang terjadi di wilayah kota Pekanbaru, mendapat tanggapan ataupun respon dari pihak kepolisian.

Berkenaan dengan hal itu, seiring dengan adanya Grand Strategi Polri 2010-2014 dalam Program Akselerasi Transformasi Polri yaitu *Partnership Building* atau membangun mitra dengan masyarakat dalam mewujudkan kamtibmas yang aman dan nyaman, dengan melibatkan peran dan partisipasi masyarakat sehingga secara tidak langsung masyarakat juga dituntut untuk peduli dan tanggap dalam hal menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan tersebut. (Darmawan, 2011:30).

Pihak kepolisian membuat suatu program *safe house* (rumah aman) atau pelayanan keamanan yang diberikan kepada masyarakat. Terobosan rumah korban sendiri juga atau yang disebut dengan *Safe House* (rumah aman) merupakan program kemitraan masyarakat dengan pihak kepolisian.

Dimana program yang saat ini tengah dirintis dan tersebar diempat kecamatan, seperti kecamatan Tenayan Raya, Senapelan, Bukit Raya, dan Sukajadi. mengambil tempat di rumah anggota Babinkamtibmas. Kecamatan Sukajadi salah satu wilayah yang menggunakan ataupun yang mendapat program *safe house* dari pihak kepolisian.

Seiringnya program ini berjalan, masih ada dari sebagian dari masyarakat yang tidak mengetahui program ini. Hal tersebut juga terlihat dari tidak semuanya masyarakat antusias dalam program *safe house*, serta partisipasi dari masyarakat dari tahun ketahun mengalami penurunan. Tentu hal ini menjadi tanda tanya besar, apa yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, kurangnya efektifnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak kepolisian menjadi salah satu penyebabnya, serta program ini hanya berada di kelurahan yang ada di Kec.Sukajadi.

Menurut Soemirat (2008:225) tentu ada unsur-unsur komunikasi persuasif yang harus diperhatikan pihak kepolisian untuk mempengaruhi atau mempersuasif masyarakat kec. Sukajadi yaitu : 1. Sumber (*persuader*) yaitu orang yang menyampaikan informasi atau pesan untuk mengubah perilaku *persuadee* sesuai dengan yang diharapkan *persuader*, 2. Penerima (*persuadee*) merupakan sasaran dari target informasi yang disampaikan *persuader*, 3. Pesan yakni merupakan informasi yang dapat mempengaruhi *persuadee* baik secara verbal maupun nonverbal, 4. Saluran merupakan media atau alat komunikasi yang digunakan *persuader* ataupun *persuadee* dalam memperlancar komunikasi, 5. umpan balik dan efek yang merupakan

tanggapan ataupun respon dari *persuadee* terhadap informasi baru yang diperolehnya.

Kelima unsur tersebut saling memiliki keterkaitan, dengan kata lain dapat menentukan berhasil atau tidaknya persuasif yang dilakukan pihak kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Disamping itu, unsur-unsur komunikasi persuasif pihak kepolisian juga harus memperhatikan strategi yang harus dilakukan agar menarik minat masyarakat untuk ikut terlibat dalam kegiatan *safe house* tersebut. Apabila pihak dari polisi melakukan strategi komunikasi dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat, maka tujuan yang akan dicapai bersama akan berhasil.

Inti dari pendekatan yang dimaksud menurut *Melvin L. De Fleur* dan *Sandra J. Ball-Rocceach* (dalam bukunya Soemirat, dkk, 2008:29-40) yang menyebutkan bahwa komunikasi persuasif dilakukan melalui pendekatan, yakni pendekatan strategi psikodinamika, yang merupakan strategi yang menggunakan pesan persuasi untuk menyatakan emosional, dengan menghubungkan pembangkit emosional dengan bentuk perilaku tertentu, sedangkan untuk pendekatan strategi sosiokultural yaitu pendekatan yang merupakan perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Jadi dapat dikatakan bahwa dari kedua pendekatan ini dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat yang dapat mendorong masyarakat untuk ikut berpartisipasi pada program *safe house* ini.

Selain dari strategi yang dilakukan, pihak polisi tentu harus memperhatikan hambatan-hambatan yang terjadi dalam menyampaikan program *safe house*. Karena seorang *persuader* (kepolisian)

harus mempertimbangkan hambatan-hambatan yang akan terjadi, agar pesan atau informasi seputar *safe house* dapat dimengerti, diterima, serta masyarakat hanya tertuju pada penyampaian yang dilakukan oleh pihak kepolisian.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana “Strategi Komunikasi Persuasif Kepolisian dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Program *Safe House* di Kec. Sukajadi Pekanbaru”

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasidan Strategi Komunikasi Persuasif**

Menurut kamus Ilmu Komunikasi (dalam Rakhmat, 2008:14) komunikasi persuasif diartikan sebagai “sesuatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri”. Selain itu komunikasi persuasif juga diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator (Barata, 2003: 70).

De Vito (2011:499) persuasif merupakan usaha melakukan persuasi ini memusatkan perhatian pada upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Persuasi juga dipahami sebagai usaha merubah sikap melalui penggunaan pesan dan berfokus pada karakteristik komunikator dan pendengar. Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua yaitu: 1. Mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, 2. Mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkahlaku (*behavior*) tertentu yang diharapkan.

### **Strategi Komunikasi Persuasif**

Strategi adalah pendekatan dengan (cara) umum yang dilakukan suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai dan memperoleh tujuan. Strategi komunikasi persuasif merupakan paduan antara perencanaan komunikasi dalam aspek dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan persuasi (Soemirat, 2008:11).

Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rocceach mengemukakan beberapa strategi komunikasi persuasif (dalam Soemirat, dkk, 2008: 29-40):

1. Strategi Psikodinamika yaitu strategi yang dipusatkan pada faktor emosional dan atau faktor kognitif dengan pesan persuasi. Dalam hal ini menggunakan pesan persuasi untuk menyatakan emosional, selain itu dapat pula menghubungkan pembangkit emosional dengan bentuk-bentuk perilaku tertentu. Salah satu asumsinya adalah bahwa faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia.
2. Strategi Persuasi Sosiokultural yang merupakan Asumsi pokok dari strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu. Esensi dari strategi ini adalah bahwa pesan harus ditentukan dalam keadaan bersama.
3. Strategi *The Meaning Construction* yang merupakan hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat. Pengetahuan merupakan

“pengertian” bagi objek realitas dunia telah membentuk individu melalui proses sosialisasi. Orang belajar untuk menerima pengertian melalui simbol-simbol untuk berbagai kejadian di alam dan hubungan social.

### **Unsur-Unsur Komunikasi persuasif**

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Soemirat dkk (2014:225) sebagai berikut:

#### 1. *Persuader*

*Persuader* adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal. Seorang *persuader* harus memiliki kredibilitas, pengetahuan, serta wawasan yang luas agar memberikan kemudahan bagi *persuader* untuk mempersuasif *persuadee*.

#### 2. *Persuadee*

*Persuadee* adalah orang dan atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh *persuader*/komunikator secara verbal maupun nonverbal.

#### 3. Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan yang disampaikannya akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Ma'a (dalam Soemirat dkk, 2014: 228) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi.

#### 4. Pesan Persuasif

Menurut Litlejhon (dalam Ritonga, 2005:5) pesan persuasif

dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan.

#### 5. Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang.

#### 6. Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastropetro (dalam Soemirat dkk, 2014: 238) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi umpan balik internal bersifat koreksi atau pesan yang terlanjur diucapkan.

Sedangkan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Soemirat dkk, 2014:411).

#### **Pengertian Kepolisian**

Polisi merupakan bagian dari birokrasi formal dari hukum dan pada waktu yang bersamaan, polisi harus berhubungan atau masuk menjadi bagian dan kehidupan substansial dan sosiologis, selain itu polisi juga berfungsi untuk menjalankan kontrol sosial dalam masyarakat, baik secara preventif maupun represif (Rahardjo, 2002:25).

Polri atau yang disebut dengan Polisi Republik Indonesia adalah

seorang institut yang bertugas sebagai satuan dari aparat keamanan yang merupakan angkatan bersenjata RI. Berperan untuk membela negara, melindungi, menjaga keamanan, dan ketertiban, memberantas kejahatan serta mengayomi masyarakat juga mempersuasif masyarakat menjadi polisi bagi dirinya sendiri. Guna untuk membangun kepercayaan diri, menjaga keamanan dari tiap masing-masing individu agar masyarakat dapat sadar hukum dan tidak melakukan perbuatan yang melanggar hukum (Kaluara, 2014:7)

#### **Partisipasi Masyarakat**

Partisipasi masyarakat menekankan pada “partisipasi” langsung warga dalam pengambilan keputusan pada lembaga dan proses pemerintahan. Gaventa dan Valderma (dalam Astuti, 2009:34-35) menegaskan bahwa partisipasi masyarakat telah mengalihkan konsep partisipasi menuju suatu kepedulian dengan berbagai bentuk keikutsertaan warga dalam pembuatan kebijaksanaan dan pengambilan keputusan di berbagai galangan kunci yang mempengaruhi kehidupan warga masyarakat.

#### **Program Safe House (Rumah Aman)**

Darmawan (2011:17) menjelaskan bahwa *safe house* yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *safe* yang berarti aman dan *house* ialah rumah. Jadi dapat diartikan sebagai rumah aman atau *safe house* sebagai mitra Polri dengan masyarakat yang merupakan suatu program pemberdayaan masyarakat dalam rangka mengantisipasi serta menekan kejahatan.

*Safe house* diadakan pada masing-masing kelurahan dan ditempat warga yang sukarela menjadi mitra daripada kepolisian. Biasanya tokoh masyarakat yang dimaksud ialah para RT atau

organisasi masyarakat yang pro-aktif. Tujuan dari *safe house* pada umumnya sebagai bentuk pendekatan polisi pada masyarakat dengan maksud menghilangkan citra negatif dari opini publik tentang isu polisi yang menyeramkan dan sebagai tempat perlindungan dan persinggahan alternatif oleh para warga.

### **Teori Pemrosesan - Informasi McGuire**

Teori pemrosesan-informasi McGuire menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahapan selanjutnya. Tahap-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pesan persuasif harus di komunikasikan
2. Penerima akan memerhatikan pesan
3. Penerima akan memahami pesan
4. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan
5. Tercapai posisi adopsi baru
6. Terjadi perilaku yang diinginkan (Werner, 2007:204)

Pada sebuah artikel, dalam buku Werner (2007:204) McGuire (1976) mempersentasikan delapan tahap teori pemrosesan informasi, yaitu : (1) paparan, (2) persepsi, (3) pemahaman, (4) kesepakatan, (5) penyimpanan/memori, (6) pemunculan kembali, (7) pengambilan keputusan, (8) tindakan. Teori McGuire memberi kita sebuah pandangan yang bagus tentang proses perubahan sikap, mengingatkan kita bahwa ia melibatkan sejumlah komponen.

Dalam teori diatas, teori pemrosesan-informasi McGuire menjelaskan bahwa ketika komunikator

mengkomunikasikan pesan persuasifnya, penerima (komunikas) akan memperhatikan pesan persuasif tersebut. Pesan persuasif yang berisi argumen-argumen yang disajikan oleh komunikator selanjutnya akan diterima dan dipahami sehingga komunikas akan terpengaruh dan yakin dengan pesan yang disampaikan. Akhirnya akan tercapailah posisi adopsi baru yang akan menimbulkan suatu perubahan perilaku yang diinginkan.

Dalam setiap proses komunikasi, kita pasti pernah menemui *noise* (gangguan), distorsi atau hambatan. Gangguan atau hambatan komunikasi merupakan sesuatu yang menghalangi kelancaran peralihan pesan atau informasi dari sumber kepada penerimanya. Gangguan atau hambatan ini dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, komunikas, pesan, media atau saluran yang mengurangi usaha bersama untuk memberi makna yang sama atas pesan. Hambatan hambatan komunikasi persuasif terdiri dari :

#### **1. Status Sosial**

Status sosial menjadi hambatan dalam berkomunikasi dengan orang/masyarakat karena kita masih harus berpikir agamanya apa, tingkat pendidikan seperti apa ideologinya, tingkat kehidupannya, posisi, dan lain sebagainya.

#### **2. Status Psikologis**

Seorang komunikator harus mempersiapkan diri dari kondisi psikologisnya sehingga apa yang akan disampaikan sesuai dengan isi pesan.

#### **3. Sosial Budaya**

Seseorang harus bisa menyesuaikan bagaimana harus bergaul

dan berkomunikasi dalam suasana beragaman. Menurut Effendi (2002:23)

#### 4. Prasangka

Prasangka merupakan upaya menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional sehingga dalam menarik sebuah kesimpulan tingkat kesalahannya sangat tinggi dan hal akan mempengaruhi/menghambat dalam berkomunikasi (Effendi, 2002:45).

#### 5. Hambatan Sistematis

Bahasa yang kita gunakan sebagai alat untuk komunikasi sering kali mengalami perbedaan arti dan persepsi, karena adanya perbedaan budaya. Faktor sistematis disebabkan karena faktor bahasa yang digunakan komunikator sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan (Effendy, 2002:52).

#### 6. Lingkungan

Lingkungan yang berisik dan tidak bersahabat akan menghambat alam upaya menerjemahkan isi pesan. Bisa jadi isi pesan tidak tidak terdengar dengan jelas sehingga mengakibatkan komunikan salah dalam mengartikan pesan karena terganggu konsentrasinya akibat lingkungan yang tidak efektif.

#### 7. Hambatan Mekanis

Hambatan yang bersifat mekanik yang menitik beratkan pada hambatan yang terjadi disalurannya dan sulit diatasi oleh komunikator.

#### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang di buat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir penulis. Penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian ini berguna untuk memperjelas jalannya penelitian yang dilaksanakan. Penelitian ini mengacu pada esensi dari teori pemrosesan-informasi McGuire (Wenner, 2007:204).

Bertolak dari pemaparan diatas, untuk memahami komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* di Kec. Sukajadi Pekanbaru.

Dalam hal ini peneliti menggunakan teori pemrosesan-informasi Mc Guire untuk dapat menjelaskan kajian peneliti yaitu <sup>(1)</sup>Strategi komunikasi persuasif pada program *safe house* dari kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi, <sup>(2)</sup>Unsur-unsur komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi dan <sup>(3)</sup>Hambatan-hambatan komunikasi persuasive kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house*. Dengan menggunakan konsep-konsep kajian penelitian komunikasi persuasif, kepolisian, partisipasi masyarakat, dan *safe house* dapat menarik suatu kesimpulan tentang strategi komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* di Kec. Sukajadi Pekanbaru.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan penelitian kualitatif, yang menekankan pada cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan keyakinan dari masyarakat yang diteliti berkenaan dengan masalah yang diteliti yang juga merupakan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Maka dari itu, yang menjadi subjek penelitian ini adalah Personil Binmas Polsek Sukajadi, Masyarakat Sukajadi, serta Organisasi Masyarakat seperti Tokoh Masyarakat, Tokoh Adat, Tokoh Agama, dan Tokoh Pemuda. Dan yang menjadi objek pada

penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Persuasif Kepolisian dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Program *Safe House* di Kec. Sukajadi Pekanbaru.

Teknik *purposive sampling* yang digunakan untuk mengambil informan. *Purposive sampling* yakni pengumpulan informan dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan ciri-ciri spesifik yang menjadi kriteria yang relevan dengan penelitian (Nasution, 2012: 98). Informan penelitian adalah subjek atau pihak yang mengetahui maupun, memberikan informasi kelengkapan mengenai objek penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Persuasif Pada Program *Safe House* Dari Kepolisian Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sukajadi**

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang/ audiens. Dalam hal nya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak kepolisian dalam mempersuasi masyarakat agar ikut berpartisipasi pada program *safe house*.

Strategi komunikasi persuasif yang matang dilakukan oleh pihak kepolisian akan memberikan dampak yang baik bagi jalan pesan informasi kepada masyarakat. Penerapan strategi yang dilakukan kepolisian akan mempermudah dalam mengubah pola pikir masyarakat, terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Oleh karena itu peneliti akan menjabarkan strategi komunikasi

persuasif yang dilakukan oleh pihak kepolisian sebagai berikut:

#### 1. Strategi Psikodinamika

Strategi ini dipusatkan pada faktor emosional dan atau faktor kognitif dengan pesan persuasi. Strategi ini menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan emosional, selain itu dapat pula menghubungkan pembangkit emosional dengan bentuk-bentuk perilaku tertentu. Dalam hal ini pihak kepolisian Sukajadi melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui strategi psikodinamika. Kepolisian sebagai penyelenggara program tersebut, tentu harus mampu menjelaskan dari program tersebut kepada masyarakat. Dimana menekankan aspek kekuatan pengaruh pada faktor-faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang “membentuk perilaku.

Seperti yang dituturkan oleh Bapak Ipda Jhonny Anwar, dalam menggunakan strategi psikodinamika dalam penyampaian pesan program *safe house* sebagai berikut:

“Biasanya kami menyampaikan program tersebut secara tatap muka. Kami menceritakan kepada masyarakat begitu maraknya ataupun tingginya tindakan kriminal saat ini seperti curanmor, pembunuhan, pemerkosaan, jambret dan lain sebagainya. Selain itu kami juga menjelaskan wilayah Sukajadi merupakan salah satu tempat maraknya tindakan kriminal. Dari hal tersebut barulah kami mulai menceritakan *safe house* kepada masyarakat bahwa program ini merupakan suatu kebutuhan yang harus ada dimasyarakat demi menciptakan rasa aman dan nyaman”

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan diatas maka

dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi psikodinamika yang dilakukan oleh pihak kepolisian Sukajadi dengan menyentuh emosional masyarakat dengancara menceritakan maraknya tindakan kriminal seperti curamor, jambret, pemerkosaan dan lain-lainnya yang akibatnya pada kerugian materi atau berujung meninggalnya sikorban.

## 2. Strategi Persuasi SosioKultural

Pihak kepolisian sebagai *persuader* dalam menyampaikan pesan dari program *safe house* tentu harus memperhatikan strategi yang digunakan agar mampu mendekati diri dengan masyarakat.Strategi ini menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar diri individu.Esensi strategi ini bahwa pesan harus ditentukan oleh keadaan bersama.

Masyarakat sebagai *persuadee* pasti dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya terhadap apa yang dilihat disekitarnya. Terlebih dari perubahan ataupun kejadian-kejadian yang ada disekitarnya. Seperti yang disampaikan oleh salah satu kepolisian, Bapak Aiptu Pitoyo, petugas dari program *safe house* sebagai berikut:

“Untuk mempermudah kami menyampaikan pesan dari program tersebut, kami melihat lingkungan disekitar masyarakat. Kegiatan-kegiatan apa yang dilakukan masyarakat. Kami ikut berpartisipasi pada kegiatan gotong royong setelah kegiatan selesai dilakukan dan kami (pihak kepolisian) berkumpul dengan masyarakat sambil menikmati hidangan yang disediakan oleh masyarakat.Disaat itu sambil mengobrol/berbicara kami menceritakan atau menjelaskan tentang program *safe house* kepada masyarakat”

Berdasarkan hasil wawancara, observasi yang dilakukan peneliti dengan informan diatas dapat ditarik

kesimpulan bahwa strategi persuasi sosiokultural yang dilakukan oleh pihak kepolisian ikut berpartisipasi pada kegiatan gotongroyong dan pengajian, sambil menjelaskan *safe house* kepada masyarakat direhatnya kegiatan ataupun mengisi acara pada pengajian dengan mengangkat tema seputar *safe house*.

## Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif Pada Program *Safe House* Dari Kepolisian Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sukajadi

Komunikasi persuasif merupakan kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap, dan tingkah laku seseorang atau orang banyak (Soemirat, 2008:124).Pada konteks ini komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* Kec. Sukajadi.Kepolisian berperan sebagai komunikator, yang harus mempunyai kredibilitas, wawasan, serta kharisma agar mampu untuk mempengaruhi komunikannya yakni masyarakat.Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang paling efektif. Karena mengandung gaya bicara, intonasi, pilihan kata, gerak-gerik adalah alat atau sarana komunikasi dengan mempengaruhi orang lain atau membuat perilaku orang lain berubah sesuai dengan keinginan kita dengan menggunakan komunikasi persuasif (Purnawan, 2002:13).

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif, terdiri atas *persuader*, *persuadee*, pesan, saluran, upan balik dan efek menurut (Soemirat dkk ,2014:225). Kelima unsur komunikasi persuasif tersebut merupakan satu kesatuan yang utuh dan bulat. Dalam arti apabila satu unsur tidak ada maka komunikasi tidak akan terjadi. Dengan demikian masing-masing unsur saling berhubungan dan saling

ketergantungan. Oleh karena itu penulis akan menjabarkan unsur-unsur komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* sebagai berikut:

1. Persuader
2. Persuadee
3. Pesan (*Message*)
4. Saluran
5. Umpan balik (*Feedback*)

### **Hambatan-Hambatan Komunikasi Persuasif Kepolisian Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Program *Safe House***

Dalam menyampaikan suatu program ataupun kegiatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan, pemerintah, ataupun organisasi lain. Tidak semuanya akan berjalan sesuai dengan direncanakan, ataupun dapat dikatakan adanya hambatan-hambatan dalam menjalankan suatu program tersebut. Pihak kepolisian sebagai *persuader* yang melakukan program yang diterapkan ditengah-tengah masyarakat. Selain memperhatikan unsur-unsur yang mendukung program tersebut, tentu juga harus memperhatikan hambatan-hambatan yang terjadi saat menjalankan program tersebut.

Pada penelitian komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* di Kec. Sukajadi Pekanbaru. Tentu ada hambatan-hambatan dalam program pelaksanaan ataupun penyampaian pesan tersebut, sehingga terfokus pada peningkatan partisipasi masyarakat yang dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Status Sosial**

Status sosial menjadi hambatan dalam berkomunikasi dengan orang/masyarakat karena kita masih

harus berpikir agamanya apa, tingkat pendidikan seperti apa ideologinya, tingkat kehidupannya, posisi, dan lain sebagainya.

Seperti yang dituturkan oleh Bapak Aiptu Pitoyo, pengaruh status sosial pada program *safe house* yang dilaksanakan sebagai berikut:

“Sebagai salah satu Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk yang banyak, tentu masyarakat ataupun setiap individu-individu memiliki kepentingan-kepentingan tersendiri. Dalam penerapan, sosialisasi yang dilakukan oleh pihak kepolisian hanya masyarakat yang masyarakat yang menengah-menengah kebawah yang ikut berpartisipasi pada program tersebut. Adanya sifat dari beberapa individu yang acuh, serta memiliki kedudukan atau status ekonomi yang tinggi membuat individu-individu tidak terlalu merespon program tersebut dan beranggapan tidak terlalu penting”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa status sosial merupakan hambatan-hambatan dalam melaksanakan program tersebut. Adanya sifat masyarakat yang acuh, serta perbedaan status ekonomi, jabatan/posisi di tengah-tengah masyarakat, memberikan rasa jarak diantara setiap individu. Tentu hal ini berdampak pada minimnya partisipasi, serta kurang efektifnya program tersebut dilaksanakan.

#### **3. Prasangka**

Prasangka merupakan upaya menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional sehingga dalam

menarik sebuah kesimpulan tingkat kesalahannya sangat tinggi dan hal akan mempengaruhi/menghambat dalam berkomunikasi (Effendi, 2002:45).

Berbagai macam prasangka/pendapat masyarakat terhadap program yang dilakukan oleh pihak kepolisian Sukajadi. Ada beranggapan program ini sebagai pencitraan dari pihak kepolisian, yang dimana masyarakat saat ini menganggap kinerja pihak dari kepolisian sangat mengecewakan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Nora, prasangka yang dirasakan adanya program *safe house*:

“Sejauh ini program ini kurang efektif, saya saja tidak mengetahui program ini ada atau tidak. Selain itu program ini juga hanya dilaksanakan di dua kelurahan yang ada di Kec. Sukajadi. Serta kenapa program ini tidak menyeluruh kesemua kelurahan. Lagi pula kalau ada permasalahan yang terjadi, penanganannya melalui RT/RW atau petugas masyarakat lain yang menyelesaikan”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prasangka masyarakat adanya program *safe house* berbagai macam pendapat. Ada yang berprasangka program ini hanya pencitraan kepolisian, kurang efektifnya program ini, terlebih masih adanya masyarakat yang tidak tahu program tersebut, dan sosialisasi ataupun himbauan mengenai program *safe house* belum ada pihak yang menyampaikan.

### **Pembahasan**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil pembahasan peneliti, berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi lapangan. Dimana peneliti menggunakan teknik *purposive* dengan jumlah 7 informan. Pembahasan

ini mencakup semua hasil wawancara yang dilakukan peneliti, untuk melihat komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* di Kec. Sukajadi Pekanbaru.

Dengan menggunakan analisis deksriptif kualitatif, maka data yang di dapat ini akan diolah sehingga menjawab permasalahan yang ada. Dengan penjabaran penelitian yaitu 1. strategi komunikasi persuasif pada program *safe house* dari kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi, 2. unsur-unsur komunikasi persuasif pada program *safe house* dari kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi, dan 3. Hambatan-hambatan komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi.

Strategi pihak kepolisian dalam menjelaskan *safe house* dengan <sup>(a)</sup>strategi psikodinamika yang dilakukan oleh pihak kepolisian Sukajadi dengan menyentuh emosional masyarakat dengan menceritakan maraknya tindakan kriminal seperti curanmor, cambered, pencurian, lakalantas, KDRT dan lain-lainnya yang akibatnya pada kerugian materi atau berujung meninggalnya sikorban, sekaligus menyampaikan informasi dan menjelaskan tentang program *safe house* kepada masyarakat guna untuk ikut terlibat menjaga keamanan bersama dan <sup>(b)</sup>strategi persuasi sosiokultural yang dilakukan oleh pihak kepolisian ikut berpartisipasi pada kegiatan gotongroyong dan pengajian, sambil menjelaskan *safe house* kepada masyarakat direhatnya kegiatan ataupun mengisi acara pada pengajian dengan mengangkat tema seputar *safe house*. Namun pada kegiatan *safe house* yang dilakukan

seperti gotong royong dan pengajian tidak terus menerus dilakukan, hanya kadang-kadang saja dihari-hari tertentu atau pada saat weekend saja. Sehingga menyebabkan kurang efektifnya program ini terlaksana dengan baik.

Dalam meningkatkan minat partisipasi masyarakat, kepolisian harus memperhatikan unsur-unsur komunikasi persuasif. Agar pesan ataupun informasi sampai pada *persuadee* dan mengubah pola pikir sipenerima sesuai dengan yang diharapkan oleh *persuader*. Kegiatan yang dilakukan pihak kepolisian dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempersuasi masyarakat, merupakan salah satu hal yang tepat. Menurut Soemirat (2014:225) unsur-unsur komunikasi persuasif terdiri dari *persuader*, *persuadee*, pesan, saluran dan umpan balik

<sup>(1)</sup>Seorang *persuader* (kepolisian) berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan adanya terdapat dari pihak kepolisian yang kurang ramah, cuek, hanya standby di pos penjagaan dan kurang sigapnya pihak kepolisian dalam menyelesaikan ataupun menangani suatu kejadian di lingkungan Kec.Sukajadi. Ketika melayani masyarakat saat bertanya lebih jauh tentang program hanya menyampaikan sekerjadar saja. Akibatnya terkadang kurang pemahaman terhadap tujuan, fungsi dari program *safe house* ini. <sup>(2)</sup>*persuadee*(masyarakat).

<sup>(3)</sup>Pesan komunikasi persuasif berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan bahwa masyarakat berpendapat pesandari program *safe house* masih kurang efektif. Walaupun pihak kepolisian mensosialisasikan melalui *door to door*, menempelkan stiker ataupun spanduk. Namun masih terdapat

dari beberapa masyarakat yang tidak mengetahui program *safe house*, serta informasi yang diperoleh masyarakat hanya dari mulut kemulut.

Selain itu program ini hanya terdapat di beberapa kelurahan yang ada di Kec. Sukajadi, dengan kata lain tidak semua secara merata atau menyeluruh kelurahan yang mendapat program tersebut.

<sup>(4)</sup>Saluran komunikasi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan dalam memperkenalkan program *safe house* yang digunakan pihak kepolisian dilakukan dengan menggunakan berbagai macam saluran komunikasi. Seperti penyampaian secara rumah kerumah (*door to door*), komunikasi secara langsung (*face to face*), menggunakan alat komunikasi seperti toax atau ht, menggunakan stiker *safe house* yang ditempel dirumah-rumah warga, posyandu dan sebagainya serta menggunakan spanduk sebagai media penyampai informasi kepada masyarakat. Unsur-unsur komunikasi persuasif terakhir yang harus diperhatikan oleh *persuader* (kepolisian) yaitu umpan balik. <sup>(5)</sup>Umpan balik berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan bahwa masyarakat terhadap program *safe house* sangatlah positif. Karena dengan adanya program ini akan memberikan rasa kenyamanan bagi masyarakat terlebih tingginya angka kriminalitas.

Selain itu secara tidak langsung akan memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak kepolisian dengan masyarakat. Dalam arti masyarakat akan lebih dekat lagi dengan pihak kepolisian, tidak ada rasa takut ataupun canggung sekaligus dapat memperbaiki citra kepolisian yang dimana beberapa masyarakat

beranggapan negatif terhadap kinerja kepolisian.

Hambatan-hambatan komunikasi persuasif yang terjadi pada pihak kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu hambatan status sosial dan prasangka.<sup>(1)</sup>Status sosial menjadi hambatan dalam berkomunikasi pihak kepolisian dengan masyarakat. Adanya kepentingan tersendiri dari setiap-individu, serta memiliki penilaian tersendiri bagi individu terhadap program tersebut. Sifat masyarakat yang acuh, serta perbedaan status ekonomi, jabatan/posisi di tengah-tengah masyarakat, memberikan rasa jarak diantara setiap individu.

Tentu hal ini berdampak pada minimnya partisipasi, serta kurang efektifnya program tersebut dilaksanakan. Selain hambatan status sosial, prasangka juga merupakan salah satu kendala yang juga sering dijumpai. Prasangka yang sudah mengakar membuat seseorang sudah tidak lagi menggunakan logikanya, dan selalu tidak berpikir objektif sehingga dipandang dari aspek psikologis dapat disebabkan oleh aspek status sosial budaya.

<sup>(2)</sup>Prasangka masyarakat terhadap program tersebut berbagai macam, tergantung pada sikap masyarakat membawanya ke positif maupun prasangka negatif. Prasangka masyarakat terhadap program *safe house* berbagai macam pendapat. Ada yang berprasangka program ini hanya untuk pencitraan kepolisian, kurang efektifnya program ini, terlebih masih adanya masyarakat yang tidak tahu program tersebut, dan sosialisasi ataupun himbuan mengenai program *safe house* belum ada pihak yang menyampaikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi persuasif pada program *safe house* dari kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi menggunakan <sup>(a)</sup>strategi psidkodinamika dengan menyentuh emosional masyarakat saja yang menjelaskan tentang pengertian, tujuan, dan pelaksanaan tentang program *safe house* dan <sup>(b)</sup>strategi persuasi sosiokultural dengan ikut berpartisipasi pada kegiatan gotong royong, pengajian, dan lain sebagainya yang hanya dilakukan sekali-kali ataupun kadang-kadang saja dihari-hari tertentu ataupun tidak secara terus menerus.
2. Unsur-unsur komunikasi persuasif pada program *safe house* dari kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi terdiri dari <sup>(a)</sup>*persuader* (kepolisian) dapat dikatakan lebih dari cukup, <sup>(b)</sup>*persuadee* terhadap program *safe house* sejauh ini sangat terbuka/positif, <sup>(c)</sup>pesan yang disampaikan masih kurang efektif, <sup>(d)</sup>saluran komunikasi pihak kepolisian menggunakan penyampaian secara rumah kerumah (*door to door*), komunikasi secara langsung (*face to face*), menggunakan alat komunikasi, menempelkan stikerinformasi sekaligus penjelasan seputar *safe house*, serta memasang spanduk di wadah *safe house* dan <sup>(e)</sup>umpan balik yang diberikan masyarakat terhadap program *safe house* sangat positif.

3. Hambatan-hambatan komunikasi persuasif kepolisian dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program *safe house* terdiri dari <sup>(a)</sup>status sosial adanya perbedaan status ekonomi, jabatan/posisi di tengah-tengah masyarakat, memberikan rasa jarak antara setiap individu dan <sup>(b)</sup>prasangka, program ini hanya sebagai pencitraan kepolisian, serta sosialisasi mengenai program *safe house* belum ada pihak yang menyampaikan.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan bagi kepolisian dalam menggunakan strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Sukajadi.
2. Diharapkan kepada pihak kepolisian Sukajadi, program *safe house* tersebut harus meliputi seluruh kelurahan yang ada di kecamatan tersebut, dan bukan hanya sebagian atau dari beberapa kelurahan yang ada di Kec. Sukajadi.
3. Diharapkan kepada masyarakat Kec. Sukajadi lebih lagi ikut berpartisipasi pada program *safe house* yang diberikan oleh pihak kepolisian. Karena program yang dibuat, bertujuan untuk melindungi serta memberikan rasa kenyamanan bagi masyarakat di Sukajadi, dalam mengantisipasi tingginya tingkat kriminalitas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku:**

A. De Vito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi Kelima.

Jakarta: Karisma Publishing Group

Alwasilah, A. Chaedar. 2011. *Pokoknya Kualitatif. Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya

Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media

Djam'an, Aan Komariah,. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Jalaluddin Rakhmat, 2005, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya

Krisyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Kaluara, Henekie. 2014. *Pedoman Bhabinkatibmas*. Jakarta: Kencana

Moleong, Lexy. J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Patilima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Rohardjo, Satjipto. 2006. *Hukum Dalam Jagat Ketertiban*. Jakarta: UKI Press

Saverin, Werner. J. 2007. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dlam Media Massa Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group

Soemirat, dkk. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka

Soemirat, Soleh. 2014. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka

Sumampouw, Monique. 2004. *Perencanaan Dasar Laut yang Terintegrasi dengan Menggunakan Informasi Spesial yang Partisipatif*. Jacob Rais, et al. *Menata Ruang Laut Terpadu*. Jakarta: Prandya Paramita

**Sumber Lain:**

BPS Kota Pekanbaru 2014. Data Kependudukan Kota Pekanbaru tahun 2014 Kota Pekanbaru. Pemerintah Kota Pekanbaru (Diakses, 17 Juli 2016)

Darmawan, 2011. *Program Safe House 1717 Mitra Polresta Pekanbaru*. Pekanbaru (Jurnal)

Firmansyah. 2009. *Partisipasi Masyarakat*. Tersedia: <http://sacafirmansyah.wordpress.com/2009/06/05/partisipasi-masyarakat> (diakses tanggal 23 september 2016)

Keputusan Kapolri No. Pol.: KEP/200/IX/2005, tanggal 7 September 2005 tentang Rencana Strategis Polri 2005-2009 (Renstra Polri)

Siahaan, 2011. *Paparan Naskah Program Safe House*. Pekanbaru (Jurnal)

Undang-Undang No. 27, Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia

Website

(<http://m.goriau.com/berita/pekanbaru/wah-5-kawasan-di-pekanbaru-ini-ternayata-paling-marak-terjadi-kejahatan.html>)

Website (<http://www.haluankepri.com>)

**Skripsi:**

Indrayani, Ika. 2013. *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Agen Perseroan Terbatas (PT) Pridental Life Assurance Cabang Pekanbaru*. Skripsi Sarjana (S-1) Pekanbaru: Universitas Riau

**Jurnal:**

Perloff, Richard M. 2003. *The Dynamics of Persuasion ; Communication and Attitudes in the 21st Century*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publisher: Jurnal Tabularasa PPS UNIMED

Alwasilah, A. Chaedar. 2011. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya