

STRATEGI KOMUNIKASI POLRESTA PEKANBARU DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN PROGRAM JUM'AT BAROKAH

Oleh:

Giovani Dwi Wulandari

Pembimbing: Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat – Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstrack

In recent years, public trust toward Indonesian National Police decreases, Kapolri Jendral Tito Karnavian makes a programme Grand Strategy 2016-2025, in implementing the programme, Polresta Pekanbaru makes a social programme named Jum'at Barokah, in this programme, Polresta Pekanbaru wants to show the humanism side from the police officers by helping needful people, dhuafa people, orphans and old people by not considering race, religion, and the background. This programme got so much appreciation from several institutes. The aim of this study is to investigate the communicator strategy, public strategy, message plan, media selection, and the respond toward Polresta Pekanbaru in implementing the programme Jum'at Barokah.

This study used Qualitative Research by using descriptive method. The technique research subject selection used purposive technique. The informants for this study were 8 people. The data collecting technique was interview, observation and documentation. The data analysis technique was Interaktif Miles dan Huberman. To achive the data validity of this study, the researcher used the extension of participation and triangulation.

Based on the study conducted by the researcher, the findings for the first identification of the problem was communicator strategy in implementing the programme Jumat Barokah Polresta Pekanbaru was Kapolresta Pekanbaru Kombes Pol Susanto S.IK. The target selection strategy was the needful people, dhuafa People, orphans, old people and all Pekanbaru people who were supposed the purpose of this programme. Communication message which was delivered was in informative, persuasive and educative message. The media were printed media, online media, website, and social media. Regarding to the last identification of the problem, the repsond, which was the respond was regarding to the strategy was positive respond from the people.

Keyword: Communication Strategy, Jum'at Barokah, Polresta Pekanbaru

Pendahuluan

POLRI (Kepolisian Republik Indonesia) merupakan aparat negara yang mempunyai tugas utama menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat Di Indonesia, keberadaan kepolisian secara kontitusi diatur dalam pasal 30 ayat 4 UUD 1945. Di sana dinyatakan bahwa: “Kepolisian Negara Republik Indonesia sebagai alat negara yang menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat bertugas melindungi, mengayomi, melayani masyarakat serta menegakkan hukum”. Adapun tugas dan wewenang kepolisian Indonesia diatur lebih lanjut dalam UU No. 28 tahun 1997 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Dalam undang-undang nomor 28 tahun 1997 tersebut, tugas utama polisi adalah pertama sebagai alat negara penegak hukum, memelihara serta meningkatkan tertib hukum. Kedua, sebagai pengayom, memberikan perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat bagi tegaknya ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketiga, bersama-sama dengan segenap komponen pertahanan dan keamanan negara lainnya, membina ketenteraman masyarakat dalam wilayah negara guna mewujudkan keamanan dan ketertiban masyarakat dan terakhir, membimbing masyarakat demi terciptanya kondisi yang menunjang terselenggaranya usaha dan kegiatan mewujudkan keamanan dan ketertiban masyarakat.

Sebagai aparat negara, kepercayaan publik sangat penting dan dibutuhkan oleh POLRI, sebab jika tidak ada kepercayaan dari publik, hanya akan terasa seperti atribut lembaganya masih ada (*being*) dan nyata (*reality*) tersisa di publik, tetapi keberadaan (*existence*)nya dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) antara ada dan tiada. Dalam beberapa tahun terakhir kepercayaan publik terhadap Polri rendah, rendahnya kepercayaan publik (*public trust*) terhadap Polri disebabkan oleh berbagai macam hal yang terjadi

baik dari dalam maupun dari luar Institusi Kepolisian itu sendiri.

Berdasarkan hasil survei Litbang Beritasatu (Penelitian dan pengembangan) pada tahun 2015 lalu, kepercayaan publik terhadap Polri hanya mencapai 2,1 %. Hasil itu merupakan survei Persepsi Masyarakat terhadap Isu KPK Vs Polri yang diadakan Litbang Beritasatu pada 28 Januari - 1 Februari 2015.

Menurut Kapolri Jenderal Tito Karnavian penyebab rendahnya kepercayaan publik terhadap polri adalah kinerja Polri yang dianggap masih belum maksimal, terutama dalam hal profesionalisme. di Polri masih banyak penanganan hukum yang berbelit-belit, pemerasan, rekayasa kasus, layanan publik yang masih belum optimal, serta sistem pelaporan berbasis IT yang masih minim. Begitu pula dari segi kultur, di mana perilaku koruptif masih banyak di semua lini kepolisian dan penindakan secara represif masih kerap dilakukan. Tito mengkhawatirkan, jika hal-hal tersebut masih terus terjadi, akan membahayakan masa depan Polri. Persoalan kepercayaan inilah yang kini menggantung di pundak generasi muda Polri.

Banyak kasus-kasus kriminal yang melibatkan anggota Polri menjadi salah satu penyebab rendahnya kepercayaan publik terhadap Polri, Untuk Kepolisian daerah Riau sendiri, catatan anggota Polri yang terjerat kasus hukum tercatat cukup banyak, bahkan sepanjang tahun 2015 - 2016 Bidang Profesi dan Pengamanan (Propam) Polda Riau mencatat 193 anggota kepolisiannya bermasalah. Personil di Mapolda Riau paling mendominasi, yaitu 90 orang. Kemudian disusul Polresta Pekanbaru 19 personel, Polres Rohil 18 personel, Polres Inhu 17, Sat Brimobda 13 personel dan Polres Pelalawan sebanyak 12 personel. ari jumlah tersebut, sambung Budi, 16

polisi terlibat dugaan penyalahgunaan narkoba.

Melihat realita yang ada, dalam rangka meningkatkan kepercayaan publik (*public trust*) dan memperbaiki citra Polri di masyarakat, Kapolri meluncurkan Program Promoter (Profesional-Modern-Terpercaya) Dalam Grand Strategy Polri Tahun 2016-2025. Adapun penjabaran program Promoter sendiri adalah sebagai berikut : Profesional yaitu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia polri yang semakin berkualitas melalui peningkatan kapasitas pendidikan dan pelatihan, serta melakukan pola-pola pemolisian berdasarkan prosedur baku yang sudah dipahami, dilaksanakan, dan dapat diukur keberhasilannya. Modern yaitu melakukan modernisasi dalam layanan publik yang didukung teknologi sehingga semakin mudah dan cepat diakses oleh masyarakat, termasuk pemenuhan kebutuhan alamsus dan alpakam yang makin modern. Terpercaya yaitu melakukan reformasi internal menuju polri yang bersih dan bebas dari knk, guna terwujudnya penegakan hukum yang obyektif, transparan, akuntabel, dan berkeadilan. Program Promoter ini memiliki 10 program prioritas yaitu pemantapan reformasi kultural Polri, peningkatan pelayanan publik yang lebih mudah bagi masyarakat dan berbasis teknologi informasi, penanganan kelompok radikal prokekerasan dan intoleransi yang lebih optimal, peningkatan profesionalisme Polri menuju keunggulan, peningkatan kesejahteraan anggota Polri, tata kelembagaan, pemenuhan proporsionalitas anggaran, dan kebutuhan min sarpras, bangun kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap kamtibmas., penguatan pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat (harkamtibmas), penegakan hukum yang lebih profesional dan berkeadilan dan penguatan pengawasan.

Jum'at Barokah adalah program yang dibuat oleh Polresta Pekanbaru dalam rangka mendukung implementasi program Promoter (Profesional, Modern & Terpercaya) *Grand Strategy* Kapolri 2016-2025 tersebut, dengan fokus Optimalisasi Reformasi Kultural yaitu ingin menampilkan sosok Polisi yang lebih humanis, lebih mendekatkan hubungan Polri dengan masyarakat dan semua elemen, program ini pun diharapkan memperkenalkan lagi polisi agar dikenal tidak hanya menangani masalah kriminal saja, namun benar benar mengayomi seluruh masyarakat.

Program sosial *Jum'at Barokah* program ini sudah berjalan sejak Mei 2017 lalu, digagas oleh mantan Wakapolresta Pekanbaru AKBP. Edy Sumardi Priadinata, S.IK, yang kini menjabat sebagai Kabid Humas Polda Banten. Program *Jum'at Barokah* ini dibuat atas keprihatinan Polresta Pekanbaru akan masih banyaknya warga yang hidup berkekurangan dan layak mendapat bantuan, dengan program ini Polresta Pekanbaru bertujuan agar personil polri setulus hati terbiasa bersedekah, dan dekat pada masyarakat kurang mampu tanpa memandang latar belakang, suku, dan agamanya. Selain itu melalui program ini Polresta Pekanbaru ingin menunjukkan bahwa institusi Polisi peduli dan mengayomi masyarakat secara keseluruhan, baik dengan program-program yang dimiliki oleh Kepolisian.

Pelaksanaan program *Jum'at Barokah* ini berupa memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, baik sembako, uang tunai dan pemeriksaan kesehatan gratis yang mana Polresta Pekanbaru bekerjasama dengan IDI (Ikatan Dokter Indonesia) Riau. Bantuan yang diberikan didapatkan dari sumbangan anggota Polri Polresta Pekanbaru yang setiap Senin dan Jum'at yang

menyisihkan sebagian hartanya, selain itu sumbangan juga didapatkan dari donatur, seperti IDI, LBP2AR, Perempuan Lira, Civitas Akademi UNRI, UIR, MUI, FPI, PWI, pengusaha, wartawan dan para tokoh masyarakat lainnya yang ikut berkontribusi dalam berjalannya kegiatan program sosial polisi peduli dan berbagi *Jum'at Barokah* (JB) Polresta Pekanbaru, sumbangan tersebut lalu dikumpulkan kemudian diberikan sesuai dengan tingkat kebutuhan masyarakat yang akan menerimanya.

Penerima bantuan dari Program *Jum'at Barokah* didapatkan biasanya dari laporan Bhabinkamtibmas dilapangan, informasi dari masyarakat hingga dari lembaga masyarakat seperti LBP2AR (Lembaga Bantuan Perlindungan Perempuan dan Anak Riau) dan juga LIRA (Lambung Informasi Rakyat). Setelah mendapatkan informasi target sasaran, Tim *Survey* Jumat Barokah akan melakukan *survey* setiap hari Selasa dengan mengunjungi beberapa target sasaran, kemudian setelah dilakukan *survey* maka akan dilaporkan kepada Wakapolresta / Sumber Daya (Sumda) dan kemudian dilaksanakan rapat untuk menentukan masyarakat mana yang paling tepat untuk diberikan bantuan.

Setelah berjalan kurang lebih dua tahun, Polresta Pekanbaru melalui program *Jum'at Barokah* banyak mendapatkan apresiasi dan penghargaan, salah satunya adalah penghargaan MitraPol Polripada tanggal 31 Oktober 2018 lalu dimana Polresta Pekanbaru dinobatkan sebagai Polresta yang peduli akan program sosial. Selain itu, berkat kesuksesan pelaksanaan program bantuan *Jum'at Barokah* Polresta Pekanbaru ini menjadikan beberapa Polres di Riau ikut membuat program serupa, saat ini yang sudah berjalan

adalah dari Polres Dumai, programnya bernama Polres Dumai Berbagi Sedekah Bersama Peduli.

Tinjauan Pustaka

Model Komunikasi Strategis

Strategi komunikasi dalam penjelasannya harus didukung oleh konsep ataupun teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini, yang peneliti gunakan adalah model Komunikasi Strategis, dalam konteks ini sangat diperhitungkan unsur-unsur dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Komunikasi dalam model komunikasi strategis terdapat 5 unsur, yaitu:

1. Komunikator yaitu, orang yang menyampaikan pesan, mengatakan atau menyiarkan pesan baik secara lisan maupun tulisan.
2. Pesan yaitu, informasi yang dinyatakan sebagai pesan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang.
3. Saluran yaitu, media atau alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah diterima dan dipahami.
4. Komunikan yaitu, orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan.
5. Respon, tanggapan dari khalayak masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan komunikator kepada komunikan.

Strategi Komunikasi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yang berarti kepemimpinan (*leadership*). Strategi adalah keseluruhan tindak-tanduk yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasarannya. (Winardi, 1989: 46).

Strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Effendy, 2006: 35).

Rogers mengungkapkan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan, Middleton menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Cangara, 2017: 64).

Hal-hal yang harus diperhatikan ketika menyusun strategi komunikasi adalah dengan memperhatikan segala kelebihan dan kekurangan yang melekat pada komponen-komponen komunikasi. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi itu saja kembali pada elemen komunikasi yang dijelaskan oleh Harold D. Laswell yakni *who, says what in, in which channel, to whom, and with what effects*. Menurut Cangara pada buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi (2017: 133-174) menjelaskan bahwa strategi dalam perencanaan komunikasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Memilih dan Menetapkan Komunikator.

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni : (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*). Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki

seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran. Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian dan postur tubuh yang gagah.

2) Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak.

Kotler mengajukan enam hal yang perlu dipetakan dari suatu masyarakat yang menjadi target sasaran program yakni:

- a. Demografi,
- b. Kondisi ekonomi,
- c. Kondisi fisik misalnya lokasi, perumahan dan jalan raya,
- d. Teknologi yang tersedia,
- e. Partai politik yang diikuti masyarakat,
- f. Kondisi sosial budaya masyarakat.

3) Teknik Menyusun Pesan.

Pesan sangat bergantung pada program apa yang akan disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan jika pesan dalam bentuk program penyuluhan untuk kesadaran masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Tapi jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif.

Selain itu, ada juga teknik penyusunan pesan dalam bentuk; (1) *One-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu, (2) *Two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan dimana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-jal yang kurang baik.

4) Memilih Media atau Saluran Komunikasi.

UNESCO pada buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi menjelaskan bahwa melakukan pemilihan media komunikasi harus memperhatikan, antara lain:

- a. Sumber daya komunikasi yang tersedia disuatu tempat, dengan cara:
 1. Kumpulkan data tentang sumber daya komunikasi yang ada beberapa banyak stasiun radio, penerbit surat kabar yang berdar dalam masyarakat.
 2. Analisis status sumber daya komunikasi, apakah stasiun TV dan radio yang ada milik swasta atau pemerintah, siapa penerbit surat kabar harian dan mingguan yang ada.
 3. Membuat analisis kritis yang dibutuhkan masyarakat terhadap media, informasi apa yang mereka perlukan dan bagaimana atau komentar mereka.
 - b. Pemikiran media dikalangan masyarakat sasaran, beberapa banyak penduduk yang memiliki pesawat televisi, tv kabel, radio, dan pelanggan surat kabar serta terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan.
 - c. Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan.
- 5) Evaluasi.

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Evaluasi dapat dilakukan

dengan dua cara, yakni evaluasi program dan evaluasi manajemen.

- a. Evaluasi Program
Evaluasi program biasa disebut dengan sumatif (*Sumative evaluation*). Evaluasi ini fokus untuk melihat:
 1. Sejauh mana tujuan akhir yang ingin dicapai dari suatu kegiatan, apakah terpenuhi atau tidak.
 2. Untuk melakukan modifikasi tujuan program dan strategi.
- b. Evaluasi Manajemen
Evaluasi manajemen biasa disebut evaluasi formatif (*formative evaluation*). Evaluasi ini memiliki fokus terhadap pencapaian operasional kegiatan :
 1. Apakah hal-hal yang dilakukan masih dalam tataran rencana yang ditetapkan.
 2. Apakah pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar atau tidak.
 3. Apakah usaha yang dilakukan itu mengalami kemajuan atau tidak.
 4. Apakah ada hambatan yang ditemui dalam operasional atau tidak
 5. Bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut.

Implementasi

Dalam (Dean Fahreza, 2012) dikemukakan beberapa pengertian implementasi menurut beberapa para ahli, yang pertama Implementasi dimaksudkan membawa ke suatu hasil (akibat) melengkapi dan menyelesaikan. Implementasi juga dimaksudkan menyediakan sarana (alat) untuk melaksanakan sesuatu, memberikan hasil yang bersifat praktis terhadap sesuatu. Pressman

dan Wildavsky mengemukakan bahwa : “*implimentation as to carry out, accomplish, fullfil, produce, complete*” maksudnya: membawa, menyelesaikan, mengisi, menghasilkan, melengkapi.(Pressman dan Wildavsky,1978:21). Implementasi dapat dimaksudkan sebagai suatu aktivitas yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. Apabila dikaitkan dengan dengan kebijakan publik, maka kata implementasi kebijakan publik dapat diartikan sebagai aktivitas penyelesaian atau pelaksanaan kebijakan publik yang telah ditetapkan/disetujui dengan penggunaan sarana (alat) untuk mencapai tujuan kebijakan. Implementasi merupakan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. Tindakan tersebut dilakukan baik oleh individu, pejabat pemerintah ataupun swasta. Dunn mengistilahnkannya implementasi secara lebih khusus, menyebutnya dengan istilah implementasi kebijakan dalam bukunya yang berjudul Analisis Kebijakan Publik. Menurutnya implementasi kebijakan (Policy Implementation) adalah pelaksanaan pengendalian aksi-aksi kebijakan di dalam kurun waktu tertentu (Dunn, 2003:132). Pengertian implementasi dikemukakan oleh Solichin Abdul Wahab dalam bukunya Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara yaitu: “Implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau pejabat-pejabat pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan” (Wahab, 2001:65).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik menentukan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Informan dalam penelitian ini adalah Kasat Binmas Polresta Pekanbaru , Ketua Tim Media Program Jum'at Barokah Polresta Pekanbaru, Anggota Survei Program Jumat Barokah Polresta Pekanbaru, Perintis Program Jumat Barokah Polresta Pekanbaru, dan 4 orang masyarakat yang menerima bantuan program Jumat Barokah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil dan Pembahasan

Untuk mencapai suatu tujuan dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang dapat mengefektifkan penyampaian pesan yang ingin disampaikan. Dalam mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai tentunya tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Begitu juga yang akan dilakukan oleh Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan program Jumat Barokah tidak terlepas dari kegiatan komunikasi. Keberhasilan kegiatan komunikasi ditentukan oleh penentuan strategi yang tepat.

Strategi Menentukan Komunikator Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Jumat Barokah

Pada program *Jum'at Barokah* ini, Kapolresta Pekanbaru dipilih menjadi komunikator dan juga sebagai penasehatnya, hal tersebut dilatar belakangi oleh adanya Surat Perintah/sprin nomor

1016/VIII/2018/Sumda yang mana dalam surat perintah tersebut memerintahkan Kapolresta menjadi Komunikator, disamping tugas dan tanggung jawab jabatan sehari-harinya.

Namun, dalam pelaksanaan program ini, jika Kapolresta Pekanbaru berhalangan untuk hadir, maka yang menggantikan Kapolresta adalah pemimpin lain dari berbagai direktorat yang ada di Polresta Pekanbaru atau Wakapolresta, hal ini disesuaikan dengan kondisi pada saat itu.

Dari hasil wawancara dan observasi, walaupun pada hakikatnya Kapolresta Pekanbaru Kombes Pol Susanto S,IK yang menjadi komunikator utama dalam program ini, namun didalam pelaksanaannya jika Kapolresta Pekanbaru berhalangan untuk hadir, maka peran Kapolresta Pekanbaru dapat digantikan sesuai dengan kondisi yang ada, namun yang menggantikan Kapolresta Pekanbaru sebagai komunikator tidaklah sembarangan orang, yang dipilih adalah juga yang memiliki jabatan dan pengaruh di Polresta Pekanbaru seperti Wakapolresta dan Kepala Direktorat lainnya .

Faktor faktor lain strategi pemilihan komunikator yang diperhatikan oleh Polresta Pekanbaru yaitu:

a. Kredibilitas Komunikator

Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas yang baik. Kredibilitas adalah suatu kondisi dimana seseorang dinilai memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang akan disampaikan kepada komunikan sehingga komunikan percaya bahwa apa yang disampaikan oleh komunikator bersifat objektif.

b. Pengalaman komunikator

Pengalaman adalah salah satu bukti yang menunjukkan bahwa seorang komunikator memiliki kemampuan dan pengetahuan. Pengalaman menunjukkan bahwa yang memiliki kemampuan dan pengetahuan akan tetap bertahan dibidangnya sendiri. Semakin tinggi pengalaman seseorang maka kredibilitasnya akan ikut meningkat juga di mata masyarakat.

c. Daya tarik

Tidak hanya latar pengalaman dan kredibilitas tinggi, seorang komunikator dapat dipercaya oleh orang lain juga dapat dilihat dari daya tarik yang dimiliki. Suatu hal yang percuma jika komunikator memiliki latar pendidikan yang bagus dan kualitas yang tidak diragukan tetapi tidak memiliki daya tarik di mata orang banyak. Daya tarik merupakan pendukung yang penting untuk memilih seorang komunikator. Dengan adanya daya tarik seorang komunikator maka khalayak akan lebih mudah percaya terhadap apa yang diucapkan dan dilakukan.

Strategi Menentukan Khalayak Sasaran oleh Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Jumat Barokah

Khalayak / sasaran dari program ini dibagi menjadi dua , yang pertama adalah khalayak utama/primer yaitu masyarakat yang akan menerima bantuan dari program *Jum'at Barokah* Polresta Pekanbaru yaitu adalah kaum dhuafa, anak yatim, jompo dan masyarakat yang membutuhkan bantuan finansial, yang kedua adalah khalayak sekunder yaitu masyarakat luas, lembaga lembaga bantuan sosial dan donatur pada program ini.

Di dalam pelaksanaannya sendiri, program *Jum'at Barokah* ini mempunyai tim untuk mensurvei siapa saja target sasaran atau masyarakat yang layak diberikan bantuan, calon penerima atau target sasaran sendiri biasanya didapatkan oleh tim dari laporan Bhabinkamtibmas dilapangan atau infomasi langsung dari masyarakat sendiri yang memudahkan tim untuk mencari target yang akan diberikan bantuan, biasanya sebelum diberikan bantuan tim akan mensurvei setidaknya dua orang calon penerima bantuan ini sebelum akhirnya dirapatkan kembali siapa yang paling layak diberikan bantuan.

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa dalam pemilihan khalayak sasaran utama dalam program *Jum'at Barokah* mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Adalah masyarakat kurang mampu yang ada di Kota Pekanbaru, layak menerima bantuan program *Jum'at Barokah*
2. Anak –anak yatim piatu yang ada di Kota Pekanbaru
3. Jompo yang ada di Kota Pekanbaru
4. Penerima bantuan dalam keadaan tertimpa musibah atau baru saja mengalami kemalangan
5. Bersedia diberikan bantuan oleh Polresta Pekanbaru melalui program *Jum'at Barokah*

Strategi Penyusunan Pesan Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Jumat Barokah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dilapangan, Polresta Pekanbaru dalam menyampaikan pesan program ini melalui komunikatornya berusaha untuk bersikap dekat dan ramah terhadap masyarakat, mereka

menunjukkan sikap simpatik yang mana membuat masyarakat merasa aman dan dihargai. pesan yang disampaikan mudah dimengerti dan dipahami, pesan tersebut tidak menggunakan kalimat yang bertele-tele dan *to the point*, sehingga masyarakat yang menerimanya dapat dengan mudah mengerti dan memahami maksud pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator.

Dari metode-metode penyampaian isi pesan tersebut, peneliti menyimpulkan dan menemukan bahwa pihak Polresta Pekanbaru menggunakan metode informatif, persuasif dan edukatif.

1) Pesan informatif

Pesan informatif adalah pesan yang diperuntukkan untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam beberapa situasi, pesan informatif akan lebih berhasil dibanding pesan-pesan lainnya. Pesan informatif merupakan pesan yang bersifat memberi informasi dan penerangan mengenai program serta segala informasi yang berkaitan dengan program *Jum'at Barokah*.

2) Pesan persuasif

Pesan persuasif dapat diartikan sebagai pesan yang bersifat membujuk secara halus (agar menjadi yakin) dalam proses pendekatannya. Pesan yang disampaikan ketika sosialisasi secara langsung ataupun melalui media, selain bersifat informatif dan juga persuasif. Pesan persuasif merupakan pesan yang bersifat mempengaruhi komunikasi atau khalayak untuk melakukan suatu hal.

Dalam pelaksanaan program ini, peneliti melihat ketika penyampaian pesan kepada masyarakat, diselipkan pesan-pesan yang bersifat persuasif dengan tujuan dapat mempengaruhi masyarakat untuk ikut menjaga keamanan dan menghindari tindakan kriminal lainnya, juga dalam penyampaian pesan oleh komunikator diselipkan pesan-pesan khusus bahwa kini Polri telah bertransformasi lebih dekat dan peduli dengan masyarakat, mengajak masyarakat membuka pikiran dan meninggalkan kesan-kesan buruk pada kepolisian.

3) Pesan Edukatif

Pesan edukatif adalah pesan yang mendidik dan memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari yang tidak tahu menjadi tahu, tetapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Penyusunan pesan yang bersifat mendidik harus disampaikan oleh seorang komunikator yang lebih mengetahui dan memahami masalah atau yang berkompeten dibidangnya.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara peneliti dengan informan-informan yang ada di Polresta Pekanbaru, dalam pelaksanaan program ini juga diselipkan bagaimana tata cara untuk berkendara dengan baik dan benar, tahu apa saja rambu lalu lintas, juga mengajarkan masyarakat untuk peka keadaan sekitar karena bisa saja terdapat kelompok-kelompok paham radikal.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa strategi pesan yang dilakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi Riau yaitu langsung pada pokok persoalan, dideskripsikan dengan bahasa yang ringkas dan mudah dimengerti agar khalayak mampu menerima dan

mencerna isi pesan yang disampaikan dari kegiatan yang dilakukan.

Pesan yang disampaikan terdiri dari 3 jenis yaitu: (1) pesan yang bersifat informatif, memberitahu khalayak untuk tidak membakar hutan “Jangan Membuka Lahan dengan Cara di Bakar”, (2) pesan membujuk (*persuasif*), pesan yang bersifat mengajak dan mengimbau khalayak untuk mengubah perilaku sesuai dengan yang diinginkan, contohnya seperti pesan pada slogan “Jaga Alam, Maka Alam Jaga Kita” yang mana maknanya bahwa kita harus menjaga dan merawat (lingkungan) tempat tinggal kita. Ketika kita menjaga alam maka alam juga akan menjaga kita. (3) Pesan yang berupa ancaman, yaitu “Dilarang Keras Membakar Lahan dan Hutan! Sanksi Pidana 15 Tahun Penjara dan Denda 15 Milyar”.

Strategi Menentukan Pemilihan Media Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Jumat Barokah

Polresta Pekanbaru berusaha menggunakan berbagai media yang ada yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat baik itu media cetak maupun elektronik, beberapa media yang digunakan adalah:

1. Media Online

Menggunakan media online saat ini menjadi *trend* dan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu media online yang digunakan oleh Polresta Pekanbaru dalam mempublikasikan hasil kegiatan program *Jum'at Barokah* adalah website www.tribatanewsriau.com, yaitu sebuah kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, gambar dan data maupun gabungan dari semuanya yang

mana website ini dikelola oleh Direktorat Humas Polda Riau.

2. Media sosial

Penggunaan media sosial juga dilakukan oleh Polresta Pekanbaru dalam menunjang proses pembublikasian program *Jum'at Barokah* ini, bahkan Polresta Pekanbaru juga mempunyai akun instagram khusus untuk program ini, yaitu @jumatbarokahpolresta_pku. Akun instagram ini dibuat khusus untuk mempublikasikan segala kegiatan dari program ini, dikelola oleh tim divisi media *Jum'at Barokah* Polresta Pekanbaru. Akun Instagram @jumatbarokahpolresta_pku hingga saat ini memiliki kurang lebih 185 pengikut, disana kita bisa melihat laporan pelaksanaan program *Jum'at Barokah*.

3. Media Cetak

Untuk media cetak, Polresta Pekanbaru menggunakan koran sebagai media pembublikasian program *Jum'at Barokah* ini, Media cetak yang biasa bekerjasama adalah Riau Pos, Pekanbaru Pos, dan Riau Mandiri

Respon yang muncul terhadap Polresta Pekanbaru dalam Mengimplementasikan Program Jumat Barokah

Menurut hasil wawancara dan observasi, [program *Jum'at Barokah* ini berjalan sukses terbukti dengan berbagai apresiasi dan penghargaan yang didapatkan Polresta Pekanbaru berkat adanya program ini. Salah satu penghargaan terbesar yang didapatkan oleh Polresta Pekanbaru adalah penghargaan oleh tabloid Mitrapol, dimana Polresta Pekanbaru

dinilai sebagai Polresta yang peduli akan keadaan dan program sosial.

Penutup

Kesimpulan

Strategi pemilihan komunikator dalam pengimplementasian program *Jum'at Barokah* oleh Polresta Pekanbaru ada dua, yang pertama berdasarkan Surat Perintah No 1016/VIII/2018/Sumda yang menyatakan bahwa selain mengemban tugas dan kewajiban jabatannya sehari-hari, Kapolresta Pekanbaru Kombes Pol Susanto S.IK juga diperintahkan sebagai komunikator dan penasehat program *Jum'at Barokah* ini, Kapolresta Pekanbaru memiliki faktor faktor yang harus dimiliki oleh komunikator, yaitu kredibilitas, pengalaman dan daya tarik yang membuatnya sangat layak untuk dijadikan komunikator dalam program ini. Yang kedua, yang menjadi komunikator dalam program ini menggantikan Kapolresta jika berhalangan hadir adalah Wakapolresta dan Kepala direktorat lainnya di Polresta Pekanbaru. Strategi pemilihan khalayak oleh Polresta Pekanbaru dalam program *Jum'at Barokah* ini ada dua, yang pertama adalah khalayak primer yaitu adalah kaum dhuafa, anak terlantar, jompo, panti asuhan dan masyarakat yang sedang tertimpa musibah dan butuh mendapatkan bantuan keuangan dan kebutuhan sehari-hari. Yang kedua adalah khalayak sekunder yaitu masyarakat luas, lembaga sosial dan donatur. Strategi pesan dalam pengimplementasian program *Jum'at Barokah* oleh Polresta Pekanbaru menurut isi pesannya adalah dikelompokkan menjadi 3 yaitu, pesan informatif, persuasif dan edukatif. Bentuk pesan informatif adalah memaparkan fakta dan info apa tujuan dibuatnya program ini, juga diselipkan slogan

“polisi peduli dan berbagi”. Bentuk pesan persuasif dengan menyelipkan pesan Bhabinkamtibmas dan ajakan untuk menghindari penggunaan narkoba, kelompok paham radikal dan tindakan yang melawan hukum lainnya. Bentuk pesan edukatif adalah dalam bentuk mengajarkan masyarakat tentang tata cara berkendara dan menaati rambu lalu lintas serta kepekaan terhadap keadaan sekitar. Gaya penyampaian pesannya adalah dengan menunjukkan simpatik dan tidak bertele tele/ *to the point*. Strategi pemilihan media yang digunakan oleh Polresta Pekanbaru dalam program *Jum’at Barokah* ini dalam beberapa media komunikasi, seperti media sosial instagram @jumatbarokahpolresta_pku, media online seperti website www.tribratanewsriau.com, TribunPekanbaru.com, dan BernasRiau.com. Untuk media cetak koran adalah Pekanbaru Pos, Riau Pos, dan Media Riau. Respon atau efek yang muncul atas pelaksanaan program ini adalah respon positif, banyaknya Polresta Pekanbaru mendapatkan apresiasi dan penghargaan dari berbagai kalangan salah satunya adalah dari tabloid Mitrapol yang memberikan penghargaan karena Polresta Pekanbaru dinilai peduli akan sosial, selain itu juga mulai tumbuh kepercayaan dari masyarakat dan citra polisi semakin membaik.

Daftar Pustaka

Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara

Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan*

Publik dan Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Putra Grafika

- _____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- _____. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- _____. 2009. *Komunikasi teori dan praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- _____. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

_____.2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.

Kabupaten Bandung. Bandung:
Universitas Komputer Indonesia

Sukandarrumidi. 2004. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

(<https://sp.beritasatu.com/home/hanya-21-publik-percaya-kepada-polisi/77298>.diakses pada 23 Januari 2019).

Aprilia Lianjani .2018 *.Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Program Smart City*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

(<https://nasional.kompas.com/read/2016/08/18/18524141/faktor.yang.membuat.kepercayaan.publik.rendah.terhadap.polisi.versi.jenderal.tito>. diakses pada 19 Januari 2019)

Dede Wahyudi 2013.*Strategi Komunikasi Perwakilan BKKBN Provinsi Kalimantan Timur dalam Mensosialisasikan Program KB*. Samarinda:Universitas Mulawarman

(<https://www.liputan6.com/news/read/2246447/193-polisi-polda-riau-terjerat-berbagai-kasus> diakses pada 12 April 2019).

www.tribratanewsriau.com

www.tribun.com

Fajar Irawan . *Strategi Komunikasi Bina Masyarakat Kepolisian Resort Subang dalam Meningkatkan Citra Positif Polisi melalui Program Polisi Santri*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia

Emmy Poentary .2014. *Strategi Komunikasi dalam Implementasi Program USO pada 'PLIK Naggulan 2'' di Kabupaten Kulonprogo*.Yogyakarta; Peneliti Komunikasi dan Media Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi Informatika

Israyanti. 2017. *Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kegiatan Simpan Pinjam Perempuan Pada Pnpm Mandiri Perdesaan*. Makassar: Universitas Hassanudin

Dean Fahreza.2012 *Efektivitas Badan Keluarga Berencana Dan Pemberdayaan Perempuan (Bkbpp)*