

Strategi Komunikasi Polri di Media Sosial: Studi Kasus Manajemen Reputasi oleh Divisi Hubungan Masyarakat

Sayyid Malik Ibrahim¹, Petrus Reinhard Golose², Muhammad Fadil Imran³

^{1) s/d 3)} Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian – Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian

e-mail: sayyid.malik@yahoo.com¹, dosen.petrusgolose@gmail.com², mfadilimran@stik-ptik.ac.id³

Article History

Received: 25/12/2024

Revised: 8/1/2025

Accepted: 16/1/2025

Kata Kunci: *Post Truth, Misinformation, Hoaxes, Strategy, Communication*

This study is motivated by the significant challenges faced by the Indonesian National Police (Polri) in the Post Truth era, where public opinion is often influenced by misinformation and hoaxes. Polri's Public Relations Division must manage public communication with quick and transparent responses, control the narrative, and ensure accurate information to build public trust. Therefore, this research aims to analyze the issues faced by Polri's Public Relations Division in managing misinformation, disinformation, and hoaxes that harm Polri's interests in the Post Truth era and to formulate strategies for the Division to maintain and improve public trust. The theories used in this study are mass communication effects theory, agenda-setting theory, confirmation bias theory, crisis communication theory, and social construction of reality theory. The research method employed is a qualitative approach with field research. The findings show that Polri's Public Relations Division faces significant challenges in the Post Truth era, such as misinformation, disinformation, and hoaxes, exacerbated by low digital literacy, dependence on social media, and the "No Viral No Justice" phenomenon. To address this, proactive strategies are needed, including digital literacy enhancement, the use of data analytics, and the development of consistent and emotional communication campaigns. Strengthening collaboration with the media, influencers, and local communities is crucial in countering hoaxes, while improving digital communication training for Polri's Public Relations personnel is also necessary. With this approach, Polri can strengthen its image as a professional institution trusted amid digital challenges.

PENDAHULUAN

Fenomena Post Truth, yang muncul sebagai kelanjutan dari postmodernisme, di mana kebenaran objektif sering kali diabaikan demi emosi dan keyakinan pribadi. Era ini diperkuat oleh perkembangan teknologi informasi, seperti internet dan media sosial, yang memungkinkan

penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Fenomena ini menambah tantangan bagi institusi publik, termasuk Polri, dalam menjaga kepercayaan publik. Berita palsu, misinformasi, dan disinformasi dapat dengan mudah menyebar dan mempengaruhi persepsi masyarakat, memperburuk polarisasi dan kesulitan dalam mencapai konsensus. Polri, terutama Divisi Humas, harus menghadapi tantangan ini dengan mengelola komunikasi publik yang akurat dan transparan untuk membentuk opini masyarakat secara positif.

Dalam menghadapi tantangan era Post Truth, Divisi Humas Polri memiliki peran krusial untuk mengendalikan narasi publik dan memastikan informasi yang disampaikan adalah tepat dan dapat dipercaya. Namun, tantangan utama adalah bagaimana mengelola ekspektasi publik yang dipengaruhi oleh media sosial, serta menangani misinformasi dan hoaks yang dapat merusak citra Polri. Ditambah dengan keterbatasan sumber daya dan teknologi, Divisi Humas Polri harus cepat merespons isu-isu viral, memperkuat keterlibatan publik, dan meningkatkan literasi digital untuk mengurangi dampak negatif dari penyebaran informasi yang tidak akurat. Keberhasilan dalam menangani krisis komunikasi ini sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan publik dan kredibilitas Polri sebagai lembaga penegak hukum.

Fenomena yang terjadi dalam komunikasi publik Polri menunjukkan bahwa misinformasi dan disinformasi yang tersebar sering kali hanya mencerminkan masalah permukaan, sementara akar permasalahannya lebih dalam. Masalah mendasar seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang proses hukum, rendahnya literasi digital, serta ketergantungan pada media sosial sebagai sumber utama informasi, tidak langsung terlihat namun berdampak luas (Yusaputra, et al., 2022). Tantangan ini tidak hanya soal menangani isu yang viral, tetapi juga membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang proses hukum dan pentingnya verifikasi informasi sebelum diterima masyarakat (Yusaputra, et al., 2022).

Selain itu, kesenjangan antara harapan publik dan kenyataan penegakan hukum semakin terasa, khususnya dalam konteks era Post Truth. Publik sering kali menginginkan hukum ditegakkan secara adil dan transparan, namun kenyataannya ada persepsi bahwa hukum lebih keras terhadap masyarakat bawah dan cenderung tidak berfungsi terhadap pihak berkuasa (Sukadi, 2011). Ketidakpuasan ini memicu ketidakpercayaan terhadap Polri, di mana kasus hanya bisa dianggap adil jika menjadi perhatian publik melalui media sosial (Agusmidah, 2023). Divisi Humas Polri harus mampu menjembatani kesenjangan ini dengan strategi komunikasi yang inovatif dan responsif.

Tantangan lain yang dihadapi Polri adalah kesulitan dalam mengontrol narasi publik, terutama di media sosial, di mana informasi sering kali tersebar tanpa verifikasi yang memadai. Hal ini dapat memperburuk citra Polri dan memperdalam ketidakpercayaan masyarakat (Irwanti, 2023). Di samping itu, kurangnya kolaborasi yang efektif dengan media juga memperburuk situasi komunikasi ini. Media memainkan peran penting dalam membangun citra Polri, namun jika hubungan tidak terjalin baik, informasi yang disampaikan bisa tidak konsisten atau salah, yang memperburuk pandangan publik (Rahayu, et al., 2023).

Konsistensi dalam penyampaian pesan juga menjadi tantangan besar, mengingat Polri memiliki struktur organisasi yang besar dan beragam. Ketidakkonsistenan dalam menyampaikan informasi dapat membingungkan masyarakat dan merusak kepercayaan terhadap institusi (Nurhadi, et al., 2023). Ditambah dengan minimnya penggunaan data analitik dalam pengambilan keputusan komunikasi, Polri berisiko kehilangan kesempatan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan masyarakat. Tanpa data analitik yang maksimal, Polri sulit untuk memahami reaksi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan.

Terakhir, Divisi Humas Polri perlu merumuskan rencana komunikasi yang lebih seimbang, menggabungkan respons cepat terhadap isu-isu viral dengan strategi jangka panjang untuk membangun citra positif dan kepercayaan publik (Widawati, 2019). Dalam menghadapi fenomena "No Viral No Justice", reaksi cepat yang hanya berfokus pada respons publik yang emosional berisiko memperburuk citra jangka panjang (Widawati, 2019). Oleh karena itu, pembaruan kapasitas sumber daya manusia dan evaluasi sistematis sangat penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi (Andira, et al., 2022). Selain itu, evaluasi yang jelas dan melibatkan umpan balik dari masyarakat dapat membantu Polri memperbaiki strategi komunikasi agar lebih relevan dan efektif dalam menjaga citra dan kepercayaan publik.

Sesuai latar belakang di atas, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi Divisi Humas Polri dalam mengelola misinformasi, disinformasi dan hoaks yang merugikan kepentingan Polri di era Post Truth dan merumuskan pengembangan strategi Divisi Humas Polri dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat di era Post Truth.

Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teori komunikasi, seperti Teori Efek Komunikasi Massa, Teori Agenda Setting, Teori Confirmation Bias, Teori Komunikasi Krisis, dan Teori Konstruksi Sosial Realitas, yang mana hal ini dijelaskan secara rinci berikut ini:

1. Teori Efek Komunikasi Massa

Teori efek komunikasi massa berfokus pada bagaimana media massa memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Menurut teori ini, media berperan sebagai agen yang dapat membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku individu atau kelompok. Efek yang dihasilkan media bisa bersifat langsung atau tidak langsung, tergantung pada jenis pesan yang disampaikan dan cara media tersebut diakses oleh audiens. Dalam konteks komunikasi massa, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi cara orang memproses dan merespons informasi tersebut, baik secara rasional maupun emosional.

2. Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting menjelaskan bagaimana media massa tidak hanya memberi tahu audiens apa yang harus dipikirkan, tetapi juga apa yang harus diprioritaskan. Dalam hal ini, media memiliki peran penting dalam menetapkan agenda publik dengan menyoroti isu-isu tertentu dan memberi penekanan pada hal-hal tersebut dalam pemberitaan mereka. Teori ini dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw, yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian publik pada topik-topik tertentu, sehingga menciptakan persepsi kolektif mengenai apa yang dianggap penting atau relevan.

3. Teori Confirmation Bias

Teori Confirmation Bias mengacu pada kecenderungan individu untuk mencari, menginterpretasikan, dan mengingat informasi yang mendukung keyakinan atau pandangan yang sudah ada, sambil mengabaikan atau menolak informasi yang bertentangan. Bias ini terjadi secara tidak sadar, di mana orang lebih mudah mempercayai informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, meskipun informasi tersebut mungkin tidak objektif atau tidak lengkap. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang bisa terjebak dalam lingkaran umpan balik negatif terhadap kelompok atau institusi yang sudah dipersepsikan secara negatif, seperti Polri.

4. Teori Komunikasi Krisis

Teori Komunikasi Krisis menjelaskan bagaimana organisasi, termasuk institusi publik seperti Polri, mengelola komunikasi ketika menghadapi situasi yang dapat merusak reputasi mereka, seperti krisis atau skandal. Teori ini menekankan pentingnya respons yang cepat, jelas, dan transparan untuk mengurangi kerusakan yang ditimbulkan oleh krisis tersebut. Selain itu, komunikasi yang efektif selama krisis dapat membantu mempertahankan kepercayaan publik dan membangun kembali citra positif organisasi yang terlibat.

5. Teori Konstruksi Sosial Realitas

Teori Konstruksi Sosial Realitas berfokus pada bagaimana realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi antara individu dan kelompok dalam masyarakat. Teori ini, yang dipopulerkan oleh Peter Berger dan Thomas Luckmann, mengemukakan bahwa realitas bukanlah sesuatu yang objektif dan tetap, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang terus berkembang seiring waktu. Melalui komunikasi dan pertukaran informasi, masyarakat membentuk pemahaman dan persepsi mereka tentang dunia sekitar.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh Divisi Humas Polri dalam mengelola misinformasi, disinformasi, dan hoaks yang merugikan reputasi Polri di era Post Truth. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota Divisi Humas Polri, serta analisis dokumen yang mencakup laporan kegiatan dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Polri. Peneliti juga melakukan observasi terhadap berbagai platform media sosial yang digunakan oleh Polri untuk mengelola komunikasi publik dan merespons isu-isu yang berkembang di masyarakat.

Selain itu, penelitian ini juga menganalisis kebijakan dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Divisi Humas Polri, termasuk penggunaan media sosial, literasi digital, serta pengelolaan komunikasi krisis. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh Polri, seperti rendahnya literasi digital, ketergantungan pada media sosial, dan fenomena yang ada. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan situasi dan tantangan yang dihadapi oleh Polri dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan publik di era Post Truth.

Pengumpulan data juga mencakup analisis sekunder dari publikasi dan studi-studi terkait tentang komunikasi publik, krisis komunikasi, serta strategi media sosial yang diterapkan oleh institusi publik lainnya. Data yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan teori komunikasi yang relevan, seperti teori efek komunikasi massa, teori agenda setting, teori confirmation bias, teori komunikasi krisis, dan teori konstruksi sosial realitas, untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi komunikasi Polri dalam menghadapi tantangan komunikasi di era Post Truth.

Hasil penelitian ini kemudian diolah dengan teknik triangulasi data untuk memastikan validitas dan keandalan temuan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen yang terkait dengan strategi komunikasi Polri. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika yang terjadi dalam pengelolaan informasi dan citra Polri di era Post Truth. Selain itu, hasil analisis juga akan membandingkan kebijakan dan langkah-langkah yang diambil

oleh Polri dengan strategi komunikasi yang diterapkan oleh institusi publik lain, serta dampaknya terhadap persepsi publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Polri di tengah tantangan disinformasi dan hoaks yang semakin kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permasalahan yang dihadapi Divisi Humas Polri dalam mengelola misinformasi, disinformasi dan hoaks yang merugikan kepentingan Polri di era Post Truth

Divisi Humas Polri menghadapi berbagai permasalahan dalam mengelola misinformasi, disinformasi, dan hoaks di era Post Truth. Permasalahan tersebut diantaranya:

a. Tantangan literasi digital masyarakat

Rendahnya literasi digital masyarakat menjadi salah satu kendala utama. Sebagian besar masyarakat belum memiliki kemampuan yang memadai untuk membedakan informasi yang valid dan tidak valid. Akibatnya, mereka cenderung menerima, mempercayai, dan menyebarkan informasi yang salah tanpa verifikasi. Hal ini diperburuk oleh konsumsi informasi yang didominasi oleh media sosial, yang sering kali menjadi sarana utama penyebaran hoaks dan disinformasi.

b. Ketergantungan pada media sosial sebagai sumber informasi utama

Di era Post Truth, media sosial menjadi alat dominan dalam pembentukan opini publik. Namun, sifat media sosial yang tidak terkontrol memungkinkan penyebaran misinformasi dan disinformasi dalam skala besar. Informasi yang viral sering kali dianggap lebih kredibel dibandingkan informasi resmi yang disampaikan melalui kanal formal, sehingga merugikan kredibilitas Polri.

c. Kesenjangan antara harapan publik dan realitas penegakan hukum

Masyarakat sering kali memiliki persepsi bahwa penegakan hukum tidak adil atau berat sebelah. Dalam konteks ini, misinformasi atau hoaks yang menyerang Polri cenderung memperkuat persepsi negatif tersebut, sehingga memicu ketidakpercayaan masyarakat. Fenomena “No Viral No Justice” menunjukkan bahwa masyarakat hanya percaya kasus ditangani serius apabila menjadi viral.

d. Kurangnya kemampuan mengontrol narasi publik

Divisi Humas Polri menghadapi tantangan besar dalam mengendalikan narasi publik di media sosial. Algoritma media sosial sering kali memprioritaskan konten sensasional yang bisa saja merugikan Polri. Tanpa kontrol yang efektif, narasi negatif dapat menyebar lebih cepat daripada klarifikasi atau informasi yang benar.

e. Keterbatasan kolaborasi dengan media tradisional dan media sosial

Kolaborasi yang belum optimal dengan media massa dan pengelola platform media sosial menjadi hambatan dalam menyampaikan informasi yang kredibel dan mengoreksi hoaks secara cepat. Media tradisional memiliki peran penting dalam membangun citra Polri, tetapi tanpa sinergi yang baik, informasi yang disampaikan melalui media ini dapat tidak konsisten atau bahkan kontraproduktif.

f. Kurangnya konsistensi dalam penyampaian pesan

Polri merupakan organisasi besar dengan berbagai tingkatan kepemimpinan, yang dapat menyebabkan ketidakkonsistenan dalam penyampaian pesan. Ketika informasi yang diberikan tidak sinkron, masyarakat menjadi bingung dan semakin mudah percaya pada narasi yang merugikan.

- g. Minimnya pemanfaatan data analitik untuk pengelolaan informasi
Divisi Humas Polri belum sepenuhnya memanfaatkan data analitik dalam memantau dan memahami tren informasi, reaksi masyarakat, serta pola penyebaran hoaks. Tanpa data ini, sulit bagi Polri untuk merancang strategi komunikasi yang lebih terarah dan efektif.
- h. Sumber daya yang belum memadai
Kapasitas sumber daya manusia di Divisi Humas Polri, baik dalam hal jumlah maupun kompetensi, belum sepenuhnya memadai untuk menghadapi tantangan era digital yang kompleks. Pembaruan pelatihan dan peningkatan kompetensi di bidang komunikasi digital, analisis data, serta pengelolaan media sosial sangat diperlukan.
- i. Respons yang cenderung reaktif daripada proaktif
Divisi Humas Polri sering kali memberikan respons hanya setelah masalah viral di masyarakat. Pendekatan ini kurang efektif karena narasi yang sudah menyebar sulit untuk dibalik. Strategi proaktif untuk menangkal hoaks sejak dini dan membangun narasi positif secara berkelanjutan masih perlu ditingkatkan.
- j. Fenomena post truth dan emosionalitas publik
Di era Post Truth, opini publik lebih sering dibentuk oleh emosi dan keyakinan pribadi daripada fakta. Masyarakat cenderung lebih percaya pada narasi yang sesuai dengan emosi mereka, meskipun narasi tersebut tidak berdasarkan fakta. Hal ini menjadi tantangan besar bagi Divisi Humas Polri untuk mengomunikasikan informasi yang benar dan berbasis fakta.

Berbagai persoalan yang ada di dalam literasi digital masyarakat, ketergantungan pada media sosial, serta fenomena Post Truth sangat berkaitan dengan Teori Efek Komunikasi Massa. Media sosial sebagai sumber utama informasi masyarakat memungkinkan pesan-pesan emosional dan sensasional untuk menyebar dengan cepat. Menurut teori ini, sifat media sosial yang mengutamakan engagement menciptakan efek langsung pada persepsi publik. Informasi hoaks yang viral cenderung memengaruhi opini masyarakat, meskipun tidak didukung oleh fakta. Rendahnya kemampuan literasi digital masyarakat memperkuat efek ini, karena publik tidak mampu menyaring informasi secara kritis, sehingga informasi palsu diterima begitu saja sebagai kebenaran.

Teori Agenda Setting membantu menjelaskan bagaimana narasi yang viral di media sosial memengaruhi prioritas masyarakat dan membentuk persepsi terhadap Polri. Media sosial berperan sebagai agenda setter yang menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Fenomena seperti "No Viral No Justice" menunjukkan bahwa masyarakat cenderung hanya memperhatikan kasus-kasus yang menjadi viral, sementara isu lain yang tidak terekspos media dianggap tidak signifikan. Ketika hoaks tentang ketidakadilan Polri viral, masyarakat lebih memprioritaskan narasi negatif tersebut, meskipun informasi resmi yang disampaikan oleh Divisi Humas Polri tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa Polri belum mampu bersaing dalam mengelola agenda publik di era digital.

Teori Confirmation Bias menguatkan analisis bahwa masyarakat lebih mudah menerima informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, terutama jika persepsi awal terhadap Polri sudah negatif. Dalam konteks ini, misinformasi yang menyerang Polri memperkuat prasangka buruk masyarakat. Sebagai contoh, hoaks tentang dugaan ketidakadilan atau pelanggaran hukum oleh Polri sering kali dianggap lebih kredibel dibandingkan klarifikasi resmi. Confirmation bias ini mempersulit Divisi Humas Polri untuk memperbaiki citra karena narasi negatif lebih diterima dibandingkan fakta yang bertentangan dengan keyakinan publik.

Selain itu, ketidakkonsistenan dalam penyampaian pesan dan keterbatasan kolaborasi dengan media tradisional memperbesar tantangan bagi Polri dalam membangun narasi positif. Ketika narasi negatif lebih sering ditemukan di media sosial, algoritma media sosial memperkuat efek komunikasi massa dengan menyebarkan informasi tersebut kepada audiens yang lebih luas. Kurangnya data analitik untuk memahami pola penyebaran informasi juga menghambat Polri dalam merancang strategi yang lebih efektif dan proaktif.

Untuk mengatasi masalah ini, Divisi Humas Polri perlu menggunakan pendekatan berbasis data untuk memonitor tren informasi, meningkatkan konsistensi komunikasi, serta mengembangkan kampanye proaktif yang fokus pada edukasi literasi digital dan penyampaian informasi yang lebih relevan dan emosional, yang mana hal ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Pendekatan berbasis data untuk memonitor tren informasi

Divisi Humas Polri perlu mengadopsi teknologi data analitik untuk memantau tren informasi yang berkembang di masyarakat, khususnya di media sosial. Dengan alat ini, Polri dapat mengidentifikasi topik yang sedang viral, pola penyebaran hoaks, serta audiens yang rentan terhadap misinformasi. Data ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat untuk merespons narasi negatif sebelum menyebar lebih luas.

b. Meningkatkan konsistensi komunikasi

Dalam organisasi sebesar Polri, konsistensi komunikasi sangat penting. Divisi Humas harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui berbagai tingkatan kepemimpinan dan platform komunikasi selaras. Hal ini dapat dicapai dengan menetapkan pedoman komunikasi yang jelas, melatih personel di semua level untuk berbicara dengan nada dan isi pesan yang sama, serta mengintegrasikan semua saluran komunikasi untuk menyampaikan informasi yang seragam.

c. Mengembangkan kampanye proaktif

Daripada hanya bereaksi terhadap hoaks yang sudah viral, Divisi Humas perlu merancang kampanye komunikasi yang proaktif. Kampanye ini dapat mencakup promosi nilai-nilai positif Polri, membangun narasi yang mendukung penegakan hukum, serta menciptakan konten menarik yang mudah diakses oleh masyarakat. Dengan pendekatan ini, Polri dapat mengantisipasi potensi hoaks dan mempengaruhi persepsi publik lebih awal.

d. Edukasi literasi digital

Salah satu cara jangka panjang untuk menangkal hoaks adalah meningkatkan literasi digital masyarakat. Polri dapat bekerja sama dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas untuk menyelenggarakan program pelatihan atau seminar yang mengajarkan cara memverifikasi informasi, memahami sumber berita yang kredibel, dan mengidentifikasi tanda-tanda disinformasi. Edukasi ini penting untuk memperkuat daya tahan masyarakat terhadap hoaks.

e. Penyampaian informasi yang relevan dan emosional

Polri perlu menyampaikan informasi dengan cara yang relevan dan mampu menggerakkan emosi publik. Konten yang menarik secara emosional cenderung lebih efektif dalam menarik perhatian masyarakat di era Post Truth. Oleh karena itu, Divisi Humas dapat menggunakan cerita nyata, testimoni, dan pendekatan visual kreatif untuk menyampaikan pesan secara lebih manusiawi dan menyentuh hati audiens.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara sinergis, Divisi Humas Polri dapat meningkatkan efektivitas komunikasinya dalam menghadapi tantangan di era digital dan Post

Truth.

2. Pengembangan strategi Divisi Humas Polri dalam mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat di era Post Truth

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat di era Post Truth, Divisi Humas Polri perlu mengembangkan strategi komunikasi yang komprehensif dan adaptif. Era ini ditandai oleh dominasi emosi dan keyakinan subjektif dalam pembentukan opini publik, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap Polri sering kali bergantung pada cara informasi disampaikan dan diterima. Salah satu langkah penting adalah membangun narasi positif dan kredibel dengan mempublikasikan program unggulan Polri, seperti quick response terhadap kejahatan, melalui media sosial dan media tradisional. Selain itu, data dan statistik yang mudah dipahami publik harus digunakan untuk menunjukkan keberhasilan kerja Polri, serta mengangkat kisah nyata dari masyarakat yang merasakan langsung manfaat pelayanan Polri.

Media sosial menjadi alat utama penyebaran informasi di era ini. Oleh karena itu, Divisi Humas Polri harus memanfaatkannya untuk memberikan klarifikasi cepat terhadap hoaks atau informasi yang salah, serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat melalui konten visual, video, dan live streaming yang menarik dan edukatif. Pemanfaatan data analitik untuk memantau tren informasi dan memahami respons publik juga menjadi kunci untuk mendukung strategi ini. Selain itu, kolaborasi dengan media tradisional dan platform media sosial perlu diperkuat untuk menyebarkan informasi kredibel dan menekan penyebaran hoaks. Polri juga dapat melibatkan tokoh masyarakat, influencer, dan komunitas lokal dalam kampanye literasi digital guna meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memverifikasi informasi.

Penguatan literasi digital masyarakat menjadi langkah krusial agar mereka mampu membedakan informasi yang valid dan tidak valid. Polri dapat menyelenggarakan webinar, kampanye online, dan edukasi publik tentang cara mengenali hoaks, serta bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk memasukkan literasi digital ke dalam kurikulum. Selain itu, Polri harus responsif terhadap isu-isu viral dengan memberikan klarifikasi atau penjelasan sebelum narasi negatif berkembang. Konsistensi komunikasi dari semua lini Polri juga harus dijaga untuk menghindari kebingungan publik akibat informasi yang tidak sinkron.

Peningkatan kompetensi Divisi Humas Polri menjadi bagian penting dari strategi ini. Personel perlu dilatih untuk memahami tren komunikasi digital, analisis data, dan pengelolaan krisis komunikasi, serta memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengelolaan informasi dan pembuatan konten yang efektif. Pendekatan komunikasi di era Post Truth juga harus lebih emosional dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan nilai-nilai dan emosi publik, informasi dari Polri akan lebih mudah diterima dan dipercaya. Melalui langkah-langkah ini, Polri dapat memperkuat citranya sebagai institusi yang transparan, profesional, dan terpercaya di mata masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, apabila hal ini dianalisis dengan teori konstruksi realitas, strategi Divisi Humas Polri dapat dikembangkan sebagai berikut:

a. Konstruksi

Dalam konteks teori konstruksi sosial realitas, Divisi Humas Polri perlu membangun realitas sosial yang positif dan kredibel mengenai institusi Polri melalui komunikasi yang efektif. Realitas ini dapat dibangun dengan menciptakan narasi-narasi positif yang menggarisbawahi keberhasilan Polri dalam penegakan hukum, pelayanan masyarakat, dan transparansi. Strategi ini melibatkan kampanye komunikasi publik yang dirancang untuk memperkuat nilai-nilai integritas, profesionalisme, dan keberpihakan Polri pada masyarakat. Contohnya, mempublikasikan program

Polri yang berhasil secara konsisten melalui media sosial, media tradisional, dan platform berbasis komunitas.

b. Pemeliharaan

Setelah realitas positif berhasil dibangun, Divisi Humas Polri harus memastikan pemeliharaan narasi ini melalui komunikasi yang berkelanjutan. Ini melibatkan penyediaan informasi secara konsisten, penggunaan media sosial secara aktif untuk menyebarkan berita positif, serta pelibatan masyarakat dalam dialog terbuka. Pemeliharaan realitas juga mencakup respons cepat terhadap isu-isu yang muncul, seperti penyebaran hoaks atau informasi yang merugikan, dengan memberikan klarifikasi secara langsung dan transparan.

c. Perbaikan

Jika ada narasi negatif atau persepsi buruk terhadap Polri, langkah perbaikan menjadi esensial. Polri harus secara aktif mendeteksi dan mengatasi informasi yang mencemarkan citra institusi dengan cara yang objektif dan berbasis fakta. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan data analitik untuk memahami pola penyebaran disinformasi serta melibatkan pemangku kepentingan seperti media tradisional, influencer, dan tokoh masyarakat untuk memperbaiki narasi yang merugikan. Perbaikan juga mencakup evaluasi internal untuk meningkatkan konsistensi komunikasi lintas lini dalam Polri.

d. Perubahan

Era Post Truth membutuhkan fleksibilitas dalam mengadaptasi strategi komunikasi. Divisi Humas Polri harus responsif terhadap perubahan teknologi dan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengubah pendekatan komunikasi yang lebih interaktif dan emosional untuk menyentuh hati masyarakat, seperti menggunakan konten visual, cerita personal, atau testimoni korban kejahatan yang berhasil dibantu oleh Polri. Selain itu, perubahan narasi dapat dilakukan dengan lebih mengutamakan kolaborasi lintas sektor untuk menciptakan citra Polri sebagai institusi yang adaptif dan modern.

Dengan menggunakan teori konstruksi sosial realitas, Divisi Humas Polri dapat merancang strategi komunikasi yang berfokus pada pembangunan, pemeliharaan, perbaikan, dan perubahan narasi. Pendekatan ini memungkinkan Polri untuk tidak hanya menciptakan persepsi positif, tetapi juga mempertahankan dan menyesuaikan realitas sosial yang relevan dengan kebutuhan masyarakat di era Post Truth.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, disimpulkan sebagai berikut:

1. Divisi Humas Polri menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola misinformasi, disinformasi, dan hoaks di era Post Truth, termasuk rendahnya literasi digital masyarakat, ketergantungan pada media sosial, dan fenomena "No Viral No Justice" yang memengaruhi persepsi publik. Tantangan ini diperburuk oleh ketidakkonsistenan dalam penyampaian pesan, keterbatasan kolaborasi dengan media, dan minimnya pemanfaatan data analitik. Polri juga menghadapi kesulitan dalam mengontrol narasi publik yang cenderung terbentuk dari informasi viral yang sering kali tidak berbasis fakta. Untuk menghadapi situasi ini, strategi proaktif diperlukan, termasuk peningkatan literasi digital masyarakat, penggunaan data analitik, dan pengembangan kampanye komunikasi yang konsisten serta emosional.
2. Pengembangan strategi Divisi Humas Polri harus mencakup pendekatan yang adaptif untuk membangun kepercayaan publik, seperti memanfaatkan media sosial untuk klarifikasi cepat dan

menyampaikan konten edukatif. Penguatan kolaborasi dengan media tradisional, influencer, dan komunitas lokal juga penting untuk menekan penyebaran hoaks. Selain itu, kompetensi personel Divisi Humas Polri perlu ditingkatkan melalui pelatihan komunikasi digital dan pengelolaan informasi berbasis teknologi. Dengan menyampaikan narasi positif dan membangun realitas sosial yang kredibel melalui teori konstruksi realitas, Polri dapat memperkuat citranya sebagai institusi yang profesional dan dipercaya di tengah tantangan era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmidah (2023). *Hukum Ketenagakerjaan dalam Perubahan Iklim Ketenagakerjaan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Andira, A., Razak, R. dan Tahir, N (2022). "Strategi Peningkatan Kinerja Kepolisian dalam Memberikan Pelayanan Publik di Kepolisian Sektor Galesong Kabupaten Takalar," *Jurnal Unismuh*. Volume 3, Nomor 2, April 2022.
- Irwanti, M (2023). *Manajemen Krisis Komunikasi (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*. Bandung: Widina Media Utama.
- Nurhadi, Z.F. dkk (2023). "Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota dalam Membangun Hubungan Baik dengan Media," *Communication*, Vol. 14 No.1 April 2023. 51 – 69.
- Rahayu, N. dan Dharmajaya, M.A (2023). *Jurnal Pers, Membangun Ekosistem Media di Era Digital Pers Sehat, Pers Berkualitas*. Jakarta: Dewan Pers.
- Sukadi, I (2011). "Matinya Hukum dalam Proses Penegakan Hukum di Indonesia," *Risalah Hukum*, Volume 7, Nomor 1, 26 Juni 2011, 39-53.
- Widawati, T (2019). "Analisis Kesenjangan Peran Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) (Analisis Isi Buku Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Terbitan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Kelas XI SMA/SMK Kurikulum 2013 dan Berita Media Internet atau Online)," *Artikel*. Solo: UMS.
- Yusaputra, M.I., et., al (2022). "Literasi Digital dalam Mengatasi Infodemi Pada Era New Normal," *Kinesik* Vol. 9 No. 1 (2022).