

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan bagian yang erat dalam kehidupan yang tidak dapat dipisahkan. Melalui komunikasi, manusia bisa saling bertukar informasi, berbagi dan mengembangkan diri. Secara etimologis kata komunikasi berasal dari kata kerja bahasa latin yaitu “*Communicare*” yang berarti memberitahukan atau pemberitahuan (Bouk Saku, 2012). Pada dasarnya komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak yang lain, yang memungkinkan pemahaman bersama dan membentuk hubungan sosial yang harmonis (Ngalimun, 2020). Seiring dengan berkembangnya jaman, komunikasi telah menjadi fondasi bagi kolaborasi global, penyelesaian konflik, dan inovasi kreatif, yang dimana efektivitasnya tergantung pada pesan serta umpan balik yang tepat.

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi organisasi. Ia dipahami sebagai jaringan kerja yang dirancang dalam suatu sistem dan proses untuk mengalihkan informasi dari selompok orang atau organisasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi (Asri, 2022). Tanpa komunikasi yang baik, kesalahpahaman dapat timbul, menghambat kemajuan sosial dan ekonomi, sehingga menjadikannya keterampilan yang penting dan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet telah membuka sebuah dimensi kehidupan baru yang disebut virtual atau dunia *cyber*. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat ini turut mendorong transformasi dalam peran kerja humas. Salah satu perubahan yang signifikan terlihat pada praktik PR (Public Relations) *online* yang berbasis web atau media sosial. Jika sebelumnya humas lebih mengandalkan media konvensional, kini dengan perkembangan teknologi, PR memanfaatkan platform digital dan inovasi teknologi untuk meningkatkan efektivitas kerja. (Hastuti & Susilowati, 2020)

Dalam ruang lingkup *cyber public relations*, peran internet tidak dapat dipisahkan. Oleh karenanya, kegiatan *public relations* bisa lebih fleksibel dari yang dilakukan di dunia nyata. *Cyber public relations* dapat menciptakan komunikasi yang berkelanjutan dengan target publik yang sangat luas, dan memungkinkan *cyber public relations* untuk merespon secara cepat tentang permasalahan dan pertanyaan yang datang dari publik. (Augustin, 2023)

Menurut IPRA (*International Public Relations Association*), *Public Relations* adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka. *Public Relation* atau humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. (Rahmatunisa & Febriani, 2019)

Cyber Public Relations atau E-PR (*Electronic Public Relations*) adalah usaha dalam public relation yang menggunakan media online sebagai sarana publisitasnya (Nur Inayah & Syifa Astasia Utari, 2025). Dengan hal ini *cyber PR* merujuk pada sebuah aktivitas yang melaksanakan fungsi dan kewajiban dalam membangun hubungan dengan masyarakat melalui media online. Pemanfaatan internet membuat sebuah organisasi atau instansi berupaya untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang bersifat langsung dan interaktif dengan audiens sasaran mereka.

Selain sebagai media yang digunakan untuk penyebaran informasi, *Cyber PR* juga dimanfaatkan sebagai media yang memungkinkan terjadi komunikasi langsung antara instansi dan masyarakat. Hal ini menjadi bagian penting dalam era digital saat ini, di mana masyarakat mengharapkan keterbukaan dan kecepatan dalam mendapatkan informasi serta respons dari sebuah instansi.

Dalam menjangkau masyarakat secara luas pemanfaatan website dan media sosial dapat menjadi salah satu peran utama. Selain itu, *cyber PR* juga berperan dalam pengelolaan isu dan krisis komunikasi dengan cepat dan tepat melalui pemantauan opini publik di media online. Hal ini dapat membantu instansi dalam menjaga reputasi dan mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul dari informasi yang salah atau hoaks. Salah satu instansi yang memanfaatkan media *cyber* adalah Kepolisian Polresta Kupang Kota.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan penulis pada tanggal 25 September 2025 dengan bapak Ipda Florensi Ibrahim Lapuisaly selaku Kepala

Seksi Humas Polresta Kupang Kota, diketahui bahwa tujuan keberadaan Polresta Kupang Kota adalah bertanggung jawab menyelenggarakan kegiatan sosialisasi secara luas dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat melalui media cyber, menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pembinaan, dan kelanjutan pelayanan publik sesuai dengan standar Menteri Pemberdayaan Masyarakat Reformasi Aparatur Negara dan Birokrasi (Menpan-RB) yang telah berlangsung sejak bertahun-tahun untuk mewujudkan zona integritas menuju wilayah bebas korupsi. Dalam konteks ini, Humas Polresta Kupang Kota memainkan peran strategis melalui *Cyber Public Relations (Cyber PR)* untuk membangun dan meningkatkan citra publik, di mana komunikasi digital menjadi alat utama untuk mendekatkan institusi polisi dengan masyarakat Kota Kupang, sehingga citra polisi sebagai pelindung yang responsif dan transparan dapat terwujud.

Dalam beberapa waktu terakhir, perhatian publik terhadap kinerja Humas Polresta Kupang Kota yang berdampak pada penurunan citra institusi, terutama setelah beberapa kasus yang telah terjadi. Dilansir dari iNews.id, Detik.com, dan ANTARA News. Pada bulan Agustus 2025, yang melibatkan ribuan mahasiswa, pekerja, dan masyarakat umum di Kupang, khususnya aksi di depan Polda NTT pada 30 Agustus 2025, menuntut transparansi, keadilan, dan respons yang lebih baik dari aparat keamanan. Pada September 2025 lalu, terjadi pengancaman terhadap seorang jurnalis lokal saat meliput distribusi subsidi BTN di Kelurahan Naioni Kecamatan Alak. Korban juga mengkritisi sikap kepolisian yang dinilai lambat dalam merespon laporan. Pada bulan September juga, Ombudsman NTT

memberikan saran kepada kepolisian di NTT untuk membenahi pelayanan publik pada jenis pelayanan penyelidikan atau penyidikan perkara, karena menurut data total pengaduan yang berkaitan dengan pelayanan jenis ini sebesar 46,15% diikuti dengan tidak memberikan pelayanan sebesar 27,47%. Dalam situasi yang penuh ketegangan tersebut, peran Humas Polresta Kupang Kota menjadi sangat krusial untuk menjaga komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan publik. Tetapi, banyak pihak menilai bahwa Humas Polresta kurang responsif dalam memberikan informasi yang jelas, sehingga memicu persepsi negatif bahwa institusi kepolisian tidak transparan dan cenderung memihak kepentingan tertentu.

Di era digital saat ini, peran *cyber public relation (cyber PR)* menjadi sangat penting dalam mengelola komunikasi publik, terutama selama krisis sosial yang telah terjadi. *Cyber PR* dapat memanfaatkan platform media sosial dan kanal digital lainnya seperti *website*, untuk menyebarkan informasi resmi secara real-time, mengklarifikasi isu-isu yang berkembang, serta menanggapi kekhawatiran masyarakat secara interaktif. Dengan demikian, *cyber PR* berpotensi meredam ketegangan dan mencegah penyebaran informasi yang salah atau hoaks yang dapat memperburuk situasi.

Maka dari itu Humas Polresta Kupang Kota, turut memanfaatkan *cyber PR* untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Salah satu saluran media yang digunakan adalah website resmi mereka yaitu tribratanewskupangkota.com. Menurut Gregorius (dalam Arthalita & Prasetyo, 2020) *website* adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya terkait. *Web* terdiri dari *page* atau halaman yang dinamakan *homepage*.

Homepage berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah *homepage* disebut *childpage*, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam *web*. Melalui platform ini, Humas Polresta Kupang Kota secara rutin memposting konten seperti update kegiatan patroli, tips keamanan, dan laporan kasus, yang bertujuan untuk menunjukkan komitmen polisi dalam menjaga ketertiban dan mendekatkan diri dengan masyarakat.

Meskipun Humas Polresta Kupang Kota telah menerapkan peran *cyber PR* dengan memanfaatkan *website* sebagai wadah untuk berkomunikasi, tetapi masih ada masyarakat yang belum mendapat informasi yang memadai dan transparan, sehingga menimbulkan ketidakpercayaan dan kritik yang meluas di media sosial. Serta, ditemukan kurangnya reaksi masyarakat terhadap pesan-pesan yang dikirimkan instansi tersebut, seperti rendahnya tingkat *engagement* (like, komentar, dan share) pada postingan tersebut, dan minimnya umpan balik positif yang menunjukkan peningkatan kepercayaan. Hal ini menimbulkan permasalahan utama, yaitu ketidakefektifan komunikasi digital dalam mengubah citra negatif Humas Polresta Kupang Kota di mata publik, terutama di tengah maraknya hoaks dan kritik di media sosial yang memperburuk persepsi masyarakat terhadap responsivitas polisi.

Oleh karena itu, melihat dari permasalahan tersebut untuk memperbaiki citra dan meningkatkan kepercayaan publik, diperlukan peran *Cyber Public Relations* yang lebih strategis dan adaptif untuk meningkatkan citra publik, yang membuat Humas Polresta Kupang Kota dapat mengoptimalkan internet sebagai media

penyebaran informasi yang transparan, pengumpulan umpan balik masyarakat, dan pembangunan citra positif.

Berdasarkan latar belakang yang diberikan, penulis tertarik mempelajari mengenai peran *cyber public relations* humas Polresta Kupang Kota dalam meningkatkan citra institusi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Peran *Cyber Public Relations* Seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resor Kota Kupang Kota dalam meningkatkan citra institusi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang peneliti telah uraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji Peran *Cyber Public Relations* Seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resor Kota Kupang Kota dalam meningkatkan citra institusi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Agar dapat memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

b. Bagi Peneliti Lain

Melalui hasil dari pada penelitian ini diharapkan agar bisa digunakan sebagai acuan bagi para peneliti lainnya yang ingin meneliti terkait dengan *cyber PR*.

c. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan serta melengkapi literatur Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai pemanfaatan *cyber public relations* dalam meningkatkan citra institusi.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi, dan Hipotesis

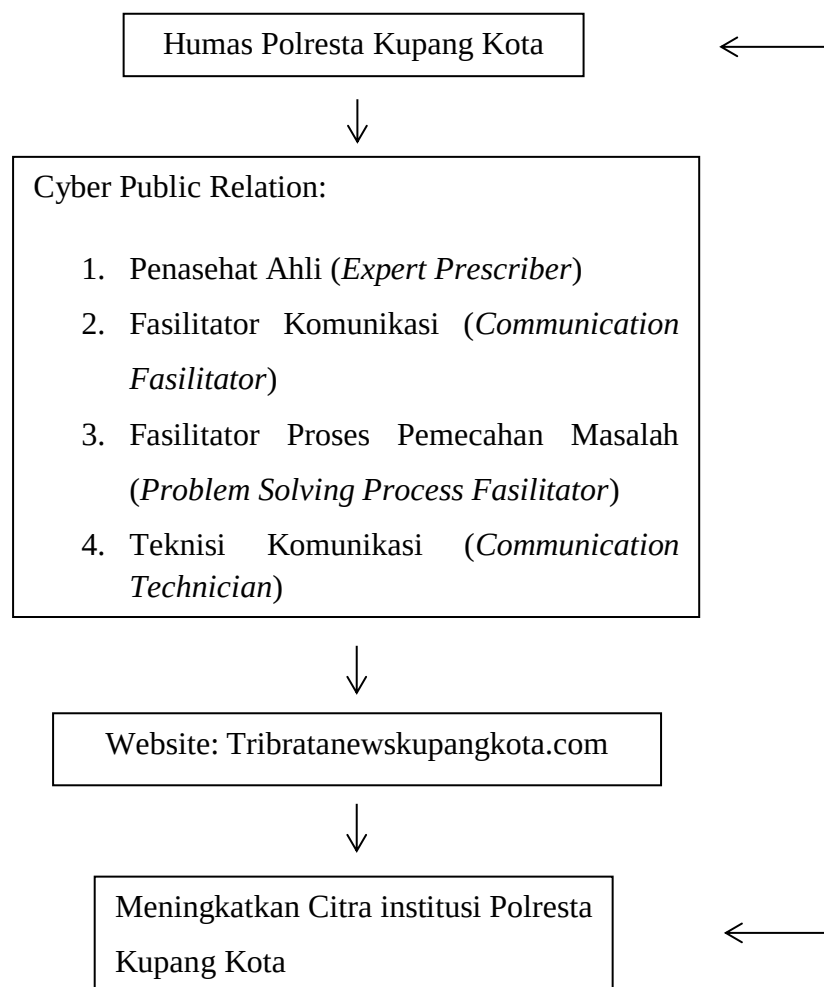
1. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori dan konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian (Syahputri, 2023:161). Kerangka penelitian ini didasarkan pada teori PR klasik dari Dozier dan Broom yakni Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*), Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*). Polresta Kupang Kota mempunyai bagian

kerja dalam memberikan pelayanan berupa informasi kepada masyarakat. Melalui pemanfaatan media *cyber* salah satunya adalah *website* resmi *tribratanewskupangkota.com* sebagai saluran komunikasi, penerapan peran tersebut dapat secara efektif meningkatkan citra Polresta Kupang Kota di mata publik, dengan membangun kepercayaan, keterlibatan, dan responsivitas terhadap isu- isu yang terjadi di Nusa Tenggara Timur.

Bagan 1. 1

kerangka Pemikiran Penulis



(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

2. Asumsi

Asumsi merupakan anggapan dasar yang diakui kebenarannya atau dianggap benar tanpa harus dibuktikan terlebih dahulu (Mustafa, 2022:66). Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa Humas Polresta Kupang Kota memiliki peran cyber PR untuk meningkatkan citra publik.

3. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang perlu didukung oleh analisis data empiris untuk menjawab suatu permasalahan atau topik penelitian (Abubakar, 2021). Pada penelitian ini hipotesis atau kebenaran sementara menurut penulis adalah Peran *Cyber Public Relations* Seksi Hubungan Masyarakat Kepolisian Resor Kota Kupang Kota dalam meningkatkan citra institusi menggunakan teori PR klasik dari Dozier dan Broom yakni Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*), Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*).