

PERSEPSI DAN OPINI PUBLIK TENTANG CITRA POLANTAS JAWA BARAT

¹Neni Yulianita, ²Atie Rachmiate, ³Dadi Ahmadi, ³Dadi Ahmadi,
⁴Wiena Meisari, ⁵Ulfa Yuniati

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
e-mail: ¹neni_yul@yahoo.com, ²atierachmiate@yahoo.com, ³dadi.ahmadi@gmail.com.

Abstrak. Polisi sebagai sahabat rakyat merupakan konsep yang memiliki nilai positif dan menjadi cita-cita Polri dalam meningkatkan kinerja, peran dan fungsinya sebagai penegak hukum. Selain itu membangun hubungan baik dengan berbagai lapisan masyarakat yang acap kali bersinggungan langsung dengan polisi, dalam hal ini polisi lalu lintas (Polantas) sangat dibutuhkan pihak polisi untuk memperbaiki kinerja kesatuannya. Salah satu tujuan menyebarkan angket akan opini publik mengenai citra polisi, diharapkan masyarakat (publik internal-eksternal) dapat memberikan respon akan persepsi, penilaian, kebutuhan dan kepercayaan akan citra polisi demi menciptakan komunikasi efektif, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu lembaga dengan publiknya.

Kata kunci: Polisi, Persepsi, Opini publik, Citra

1. Pendahuluan

Lembaga kepolisian memiliki tugas yang sangat besar dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak agar dapat menjalankan tugas pokok dan fungsinya secara optimal. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif dengan seluruh lapisan masyarakat dibutuhkan profesional kehumasan di institusi kepolisian agar siap dalam menghadapi tantangan yang kompleks, besar dan beraneka ragam. Hal itu untuk menangani “krisis komunikasi” yakni pemberitaan kepolisian oleh media baik secara negatif atau positif, namun yang menjadi fokus perhatian di saat ada oknum polisi melakukan perbuatan tercela seolah menjadi titik ekspos media dan dibesar-besarkan.

Dalam perspektif kehumasan F. Rachmadi (1994) menyatakan bahwa masalah penting yang dihadapi baik oleh lembaga ekonomi, bisnis, sosial politik atau lembaga negara adalah membangun dan mengembangkan hubungan-hubungan yang baik antara lembaga-lembaga tersebut dengan masyarakat (publik) demi tercapainya tujuan lembaga. Kebutuhan untuk meningkatkan hubungan kerjasama antara lembaga dengan masyarakat/publiknya bukanlah hal yang baru; masyarakat dari lembaga butuh memperoleh kepuasan sosial dan kejiwaan, seperti keamanan, kenyamanan, ketentraman, ketertiban dan sejenisnya. Di sisi lain berbagai permasalahan yang timbul di seputar lembaga dapat diselesaikan dengan elegan melalui upaya-upaya Humas (Public Relations) untuk membangun dan meningkatkan keselarasan, saling pengertian dan kepercayaan publik terhadap lembaganya. Pada prinsipnya berbagai aktivitas Public Relations atau Kehumasan diarahkan dalam rangka membentuk citra positif lembaga di mata publiknya. Citra atau Image lembaga mengandung unsur-unsur : (1) citra baik (*good image*), (2) itikad baik (*goodwill*), (3) saling pengertian (*mutual understanding*), (4) saling mempercayai (*mutual confidence*), (5) saling menghargai (*mutual appreciations*) dan (6) toleransi (*tolerance*). (Effendy, 2001). Oleh karena itu, pentingnya kehumasan atau *Public Relations*, karena ia menjalankan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian,