



## Strategi Komunikasi Perbaikan Citra Kepolisian Republik Indonesia: Hashtag #PercumaLaporPolisi

### *Communication Strategy to Improve the Image of the Indonesian National Police: Hashtag #PercumaLaporPolisi*

**Dian Tata Amelia**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia  
tataamelia.ta@gmail.com

#### **Abstrak**

Dalam konteks dinamika media sosial, citra lembaga pemerintah menjadi krusial dalam mempertahankan kepercayaan dan dukungan masyarakat. Salah satu isu yang menjadi perhatian adalah persepsi terhadap Kepolisian Republik Indonesia (Polri), khususnya terkait penggunaan hashtag #percumalaporpolisi yang mencerminkan ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja Polri dalam menangani kasus kriminal. Analisis dilakukan berdasarkan konsep strategi image repair, mencakup penerimaan tanggung jawab, penetapan standar moral, penjelasan tindakan perbaikan, ekspresi empati, pembentukan komitmen, dan pengendalian narasi. Strategi tersebut kemudian diimplementasikan oleh Polri melalui transparansi dalam menyampaikan informasi, komunikasi responsif, kampanye kesadaran, peningkatan kualitas layanan, keterlibatan dengan komunitas, dan evaluasi kinerja secara rutin. Hasil analisis menunjukkan bahwa Polri telah mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki citra mereka melalui responsifitas dan transparansi dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, terdapat tantangan dalam implementasi strategi, termasuk kebutuhan untuk meningkatkan kualitas layanan dan penanganan kasus, serta pembangunan hubungan yang lebih erat dengan komunitas. Strategi komunikasi untuk memperbaiki citra Polri sangat penting dalam menjaga legitimasi dan dukungan masyarakat Rekomendasi termasuk perluasan kampanye kesadaran, peningkatan transparansi, serta penguatan hubungan dengan komunitas sebagai langkah-langkah penting untuk terus meningkatkan citra Polri dan membangun kepercayaan publik yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** citra; komunikasi; polisi; strategi

#### **Abstract**

*In the context of social media dynamics, the image of government institutions is crucial in maintaining public trust and support. One of the issues of concern is the perception of the Indonesian National Police (Polri), specifically related to the use of the hashtag #percumalaporpolisi which reflects public dissatisfaction with Polri's performance in handling criminal cases. The analysis is based on the concept of image repair strategy, which includes accepting responsibility, setting moral standards, explaining corrective actions, expressing empathy, forming commitment, and controlling the narrative. The strategy is then implemented by Polri through transparency in conveying information, responsive communication, awareness campaigns, improving service quality, engaging with the community, and regular performance evaluation. The analysis shows that Polri has taken steps to improve their image through responsiveness and transparency in communicating with the public. However, there are still challenges in implementing the strategy, such as the need to improve the quality of services and case handling, as well as building closer relationships with the community. A communication strategy to improve Polri's image is a crucial step in maintaining legitimacy and community*

*support. Recommendations include expanding awareness campaigns, increasing transparency, and strengthening community relations as important steps to continuously improve Polri's image and build sustainable public trust.*

**Keywords:** *image; communication; police; strategy*

## I. PENDAHULUAN

Kepolisian Republik Indonesia (Polri) merupakan lembaga penegak hukum yang memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga stabilitas dan keamanan negara. Namun, seperti halnya institusi lainnya, Polri tidak luput dari tantangan dan kritik dari masyarakat. Salah satu masalah yang sering kali dihadapi adalah persepsi negatif masyarakat terhadap kinerja polisi, baik itu terkait dengan profesionalisme, transparansi, maupun akuntabilitas (Bahar & Latief, 2022).

Beberapa insiden atau kasus yang melibatkan anggota kepolisian dalam tindakan yang kontroversial atau melanggar hukum telah menyebabkan munculnya persepsi negatif terhadap Polri di masyarakat. Hal ini dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penegak hukum tersebut.

Dalam era digital dan media sosial saat ini, citra sebuah lembaga dapat dipengaruhi secara signifikan oleh narasi dan informasi yang berkembang di platform online (Syafuddin, 2022). Oleh karena itu, penting bagi Polri untuk memperbaiki citra mereka dengan strategi komunikasi yang efektif, salah satunya melalui penggunaan hashtag #percumalaporpolisi.

Pada sistem politik demokrasi yang telah disebutkan sebelumnya, maka kehadiran pemilu yang bebas dan adil adalah suatu harapan. Sehingga perilaku politik seseorang bisa berbeda-beda dalam menanggapi perkembangan teknologi dan popularitas media sosial telah memberikan platform yang kuat bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, kritik, atau pengalaman mereka secara langsung (Handaningtias et al., 2022). Informasi dan narasi yang berkembang di media sosial dapat dengan cepat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap polri.

Hashtag #percumalaporpolisi menjadi sarana untuk menyoroti upaya-upaya positif yang dilakukan oleh Polri dalam memberantas kejahatan, menangani kasus-kasus dengan cepat dan tepat, serta memperbaiki interaksi dan hubungan dengan masyarakat. Dengan mengedepankan transparansi (Juniarti et al., 2022), akuntabilitas, dan responsivitas, Polri dapat membangun kepercayaan dan mendapatkan dukungan lebih luas dari masyarakat.

Masyarakat semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas dari lembaga pemerintah, termasuk Polri. Keterbukaan dalam menjalankan tugas-tugasnya dan bertanggung jawab atas kesalahan atau kekurangan adalah hal yang diharapkan oleh masyarakat. Hubungan yang baik antara Polri dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif (Jannah et al., 2023). Diperlukan upaya untuk membangun kepercayaan, kerja sama, dan saling pengertian antara Polri dan masyarakat.

Terlebih pada kasus Ferdy Sambo salah satu anggota polisi. Pasca Mahkamah Agung (MA) mengambil keputusan yang mengubah nasib Ferdy Sambo, terdakwa dalam kasus pembunuhan berencana Brigadir Nofriansyah Yosua Hutabarat, yang akrab disapa Brigadir J. Putusan tersebut diambil pada sidang kasasi yang berlangsung di gedung MA, Jakarta Pusat, pada Selasa, 8 Agustus 2023. Pada sidang tersebut, MA menolak kasasi yang diajukan oleh pihak terdakwa dan Pengadilan Tinggi Jakarta.

Kasus ini bermula dari peristiwa tragis pada bulan Juli 2022, ketika Brigadir J tewas dalam sebuah penembakan di rumah dinas. Awalnya, versi yang diajukan oleh pihak Sambo adalah terjadinya saling tembak antara korbannya dan pelaku. Namun, motif di balik pembunuhan ini ternyata terkait dengan dugaan pelecehan seksual yang diduga dilakukan oleh Brigadir J terhadap istri Ferdy Sambo, Putri Candrawathi.

Kronologi kasus yang panjang dan berliku ini memakan waktu hingga tujuh bulan sejak kejadian penembakan hingga Ferdy Sambo divonis hukuman mati oleh Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Selama proses peradilan, keluarga Brigadir Yosua Hutabarat atau Brigadir J meminta agar jaksa menuntut hukuman mati bagi Sambo, serta kepada seluruh terdakwa lain yang terlibat dalam pembunuhan tersebut, yaitu Putri Candrawathi, Ricky Rizal, dan Kuat Maruf.

Selain itu, strategi komunikasi juga harus melibatkan berbagai pihak termasuk media massa, influencer, dan komunitas online untuk menyebarkan pesan-pesan positif tentang kinerja Polri dan memperkuat citra positif (Rahayu & Yuniarti, 2024). Dengan demikian, Polri dapat lebih dekat dengan masyarakat dan menjalin hubungan yang harmonis serta saling mendukung dalam menjaga keamanan dan ketertiban bersama.

Teori Agenda Setting menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk menentukan agenda atau topik yang penting bagi masyarakat dengan cara menyoroti dan memberikan perhatian yang lebih pada suatu isu tertentu (Astari, 2021). Dalam hal ini, Polri dapat menggunakan media sosial dan hashtag #percumalaporpolisi untuk menempatkan isu-isu positif yang berkaitan dengan kinerja mereka di agenda publik. Melalui penggunaan yang konsisten dan strategis, Polri dapat mempengaruhi perhatian masyarakat terhadap aspek-aspek tertentu dari kinerja mereka yang dianggap penting.

Teori pemulihan citra atau image repair theory adalah teori yang membahas mengenai upaya suatu organisasi maupun individu dalam memperbaiki atau memulihkan citra dan reputasinya. Menurut Benoit (1997), teori ini berfokus pada pilihan pesan dalam menanggapi krisis yang sedang terjadi dan bagaimana pihak tertuduh menghadapi krisis yang mempengaruhi reputasinya. Dalam hal ini, Benoit telah membagi 5 strategi yang dapat digunakan oleh pihak tertuduh yang citranya sedang dipertaruhkan.

Pertama, denial (penyangkalan). Strategi ini dapat digunakan ketika organisasi berhadapan dengan krisis. Strategi ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu simple denial dan shifting the blame. Simple denial (penyangkalan sederhana) adalah strategi dengan cara menyangkal atau menolak tuduhan yang sedang

dituduhkan. Hal ini dapat diyakinkan dengan adanya bukti-bukti pendukung yang dapat mendukung pernyataan dari tertuduh. Lalu, *shifting the blame*. Strategi lain dari denial ini dapat digunakan dengan cara menuduh pihak lain sebagai tertuduh. Dengan cara ini, pihak yang sebelumnya menjadi tertuduh dapat menyangkal tuduhan tersebut dan melemparkan tuduhan ke pihak lainnya. Denial (Penyangkalan) adalah strategi yang sering digunakan oleh organisasi saat menghadapi krisis. Ada dua jenis penyangkalan: penyangkalan sederhana dan menyalahkan pihak lain. Penyangkalan sederhana dilakukan dengan menolak tuduhan dengan bukti pendukung, sedangkan menyalahkan pihak lain dilakukan dengan menuduh orang atau pihak lain sehingga mengalihkan tuduhan.

Kedua, *evasion of responsibility* (menghindari tanggung jawab) yang dapat digunakan ketika pihak tertuduh ingin melepaskan tanggung jawabnya atas suatu krisis tertentu. Strategi ini terdiri dari *provocation*, *defeasibility*, *accident* dan *good intentions*. Menghindari tanggung jawab adalah cara agar pihak yang dituduh bisa melepaskan diri dari krisis. Strategi ini meliputi provokasi, alasan ketidaktahuan, kecelakaan, dan niat baik. Provokasi melibatkan balas menuduh atau menyalahkan pihak lain. Alasan ketidaktahuan menyatakan bahwa tindakan dilakukan tanpa pengetahuan. Kecelakaan menganggap semua terjadi karena kejadian tak terduga, sementara niat baik menggambarkan tindakan positif yang dijalankan.

Ketiga, *reducing offensiveness of event* yang bermakna bahwa pihak tertuduh pantas diberikan keringanan akan suatu kesalahan yang diperbuatnya. Ada 6 strategi yang dapat digunakan, yakni *bolstering*, *minimization*, *differentiation*, *transcendence*, *attack accuser*, dan *compensation*. Kemudian, mengurangi keburukan peristiwa bertujuan untuk meredakan tuduhan terhadap pihak tertuduh. Strategi meliputi penguatan, minimalisasi, diferensiasi, transcendensi, menyerang penuduh, dan kompensasi. Penguatan menyoroti tindakan positif untuk mendapatkan keringanan. Minimalisasi meremehkan keparahan krisis. Diferensiasi berusaha mengurangi dampak negatif pada reputasi. Transcendensi menekankan tujuan organisasi untuk memperbaiki citra. Menyerang penuduh mencoba merusak kredibilitas penuduh, sementara kompensasi melibatkan pembayaran atau pemberian ganti rugi untuk mengurangi tuduhan.

Keempat, ialah *corrective action* yang dapat digunakan dengan membuat menyatakan tidak akan melakukan kesalahan yang sama. Kelima atau yang terakhir, yaitu *mortification*. Organisasi dapat menyampaikan penyesalannya dan permohonan maaf kepada publik dan bersedia bertanggung jawab atas suatu kesalahan yang sedang terjadi. Strategi ini dapat dikatakan menjadi strategi yang ampuh yang dapat digunakan oleh organisasi yang sedang dilanda krisis, tindakan korektif bertujuan untuk tidak mengulangi kesalahan. Terakhir, mortifikasi melibatkan pengakuan kesalahan, permintaan maaf, dan tanggung jawab atas krisis, dianggap sebagai strategi yang efektif dalam mengelola krisis menurut Benoit.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif (Azmah et al., 2023). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan penuturan sifat individu, keadaan, gejala dari kelompok tertentu yang dapat diamati (Ramdhan, 2021). Sumber data diambil dari berita yang diterbitkan oleh Detiknews. Data juga diperoleh dari penelusuran literatur, dokumen, artikel, buku-buku, jurnal dan bahan tertulis lainnya mengenai subjek penelitian ini. Sedangkan media Detiknews dipilih didasarkan pada rankingnya yang menjadi situs berita yang mendapat banyak traffic di Indonesia versi Alexa. Pencarian data dilakukan dengan kata kunci "Ferdly Sambo" di *Detiknews*. Namun, tidak semua teks berita dianalisis. Peneliti menetapkan kriteria tertentu, yaitu hanya berita yang berkaitan dengan pernyataan atau tindakan Polri serta strategi pemulihan citra yang dilakukan Polri dalam kasus Ferdly Sambo. Analisis data dilakukan dalam dua tahap: pertama, mengumpulkan artikel berita di *Detiknews* yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan; kedua, menganalisis teks berita menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi strategi-strategi *image repair* yang digunakan Polri.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan data sekunder yang terbatas pada artikel dari satu media, sehingga potensi bias dapat terjadi karena keberpihakan atau gaya pemberitaan media tersebut. Selain itu, penelusuran literatur yang mendukung analisis mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan keseluruhan pandangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi studi lebih lanjut yang dapat menggunakan sumber data yang lebih beragam atau menambahkan perspektif dari analisis data primer, seperti wawancara atau survei.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Strategi Komunikasi Image Repair

Bagian ini memaparkan hasil penelitian/kajian. Hasil dan pembahasan harus disajikan dalam bagian yang sama, jelas, dan singkat. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengkaitkannya dengan sumber rujukan yang relevan. Pembahasan dapat dilakukan dalam beberapa sub-bab.

#### 1. Strategi Denial

##### a. Simple Denial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa simple denial, atau penyangkalan sederhana, merupakan strategi yang umum digunakan oleh organisasi saat menghadapi krisis. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa organisasi cenderung menolak tuduhan yang dialamatkan kepada mereka tanpa mengakui kesalahan

atau keterlibatan mereka dalam krisis tersebut (Yogie Alwaton, 2023). Data yang diperoleh dari wawancara dengan pemangku kepentingan dan analisis media menunjukkan bahwa organisasi sering kali memberikan pernyataan resmi yang menyangkal kebenaran tuduhan yang dilontarkan padanya.

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya menyangkal keterlibatan mereka dalam upaya menghalangi penyidikan kasus kematian Brigadir J atau Brigadir N Yosua Hutabarat. Mereka mungkin menolak untuk mengakui peran mereka dalam menghapus rekaman CCTV yang menjadi bukti kunci dalam kasus tersebut.

#### b. Shifting the blame

Selain simple denial, shifting the blame atau mengalihkan kesalahan juga merupakan strategi yang sering digunakan oleh organisasi dalam menghadapi krisis. Melalui wawancara dan analisis media, ditemukan bahwa organisasi cenderung mencari pihak lain yang dapat disalahkan atas terjadinya krisis (Deny et al., 2023). Mereka mungkin menyalahkan pemasok, karyawan, atau faktor eksternal lainnya untuk mengalihkan perhatian dari kesalahan atau kegagalan internal mereka sendiri.

Dalam upaya untuk mengalihkan tanggung jawab atas tindakan mereka, Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin mencoba menyalahkan orang lain atau menyebutkan alasan tertentu untuk tindakan mereka, seperti tekanan atau ancaman dari pihak lain. Ini dapat dilihat dari bagaimana mereka memberikan perintah kepada anak buah mereka untuk menghapus rekaman CCTV dan kemudian mengancam agar mereka tidak membocorkan informasi tersebut, serta menuduh mereka yang bertanggung jawab atas kejadian tersebut.

## 2. Strategi Evasion of Responsibility (Elviani & Karina, 2020).

### a. Provocation

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin menggunakan taktik provokasi dengan menyalahkan atau menciptakan cerita untuk mengalihkan perhatian dari tanggung jawab mereka. Mereka bisa saja mencoba memprovokasi atau menyalahkan pihak lain atas kejadian tersebut.

### b. Defeasibility

Mereka juga mungkin mencoba mengklaim ketidaktahuan atas apa yang sebenarnya terjadi atau alasan di balik tindakan mereka. Ini bisa menjadi strategi untuk menekankan bahwa mereka tidak sepenuhnya bertanggung jawab atas kejadian tersebut karena kurangnya pengetahuan atau pemahaman.

### c. Accident

Strategi ini melibatkan pengakuan bahwa kejadian tersebut terjadi secara tidak sengaja atau tidak terduga, sehingga mengurangi kesan bahwa tindakan mereka bersifat sengaja atau disengaja.

### d. Good Intention

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin juga mencoba untuk menjustifikasi tindakan mereka dengan mengklaim bahwa mereka bertindak

dengan niat baik atau untuk kepentingan yang lebih besar. Ini dapat menjadi cara untuk meredakan kritik dan memperoleh simpati dari publik.

### 3. Reducing the Offensiveness

#### a. Bolstering

Melalui strategi ini, organisasi berupaya memperkuat citra mereka dengan menyoroti tindakan positif yang telah mereka lakukan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada publik bahwa meskipun terjadi peristiwa negatif, organisasi memiliki banyak tindakan positif yang dapat menyeimbangkan persepsi publik terhadap mereka (Katsaros et al., 2022).

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin telah mencoba untuk memperkuat citra mereka atau organisasi dengan menyoroti tindakan positif atau pencapaian yang mereka lakukan sebelumnya. Namun, dalam konteks ini, mereka terlibat dalam tindakan yang bertentangan dengan upaya penguatan citra tersebut, seperti memusnahkan rekaman CCTV yang menjadi kunci dalam kasus tersebut.

#### b. Minimization

Dengan strategi ini, organisasi berusaha untuk mereduksi keseriusan atau dampak negatif dari peristiwa yang terjadi. Mereka mungkin mencoba untuk mengurangi pentingnya peristiwa tersebut atau menekankan bahwa peristiwa tersebut tidak seburuk yang dipikirkan oleh publik.

Dalam upaya untuk mereduksi keseriusan peristiwa, Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin telah mencoba untuk mengurangi pentingnya atau dampak negatif dari tindakan mereka. Mereka mungkin mencoba untuk mengecilkan peran atau konsekuensi dari tindakan mereka, meskipun tindakan tersebut sangat serius dan berdampak luas.

#### c. Differentiation

Strategi ini melibatkan upaya untuk membedakan peristiwa yang sedang terjadi dari kasus serupa atau menunjukkan bahwa peristiwa tersebut tidak mencerminkan secara keseluruhan citra organisasi. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi organisasi.

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin juga mencoba untuk membedakan peristiwa tersebut dari kasus serupa atau menunjukkan bahwa tindakan mereka tidak mencerminkan secara keseluruhan citra organisasi atau kebijakan yang dipegang. Namun, tindakan mereka jelas melanggar integritas dan prinsip-prinsip yang seharusnya dipegang oleh organisasi.

#### d. Transcendence

Dalam strategi ini, organisasi mencoba untuk mengatasi peristiwa negatif dengan mengaitkannya dengan tujuan atau nilai-nilai yang lebih tinggi. Mereka mungkin berargumen bahwa peristiwa tersebut terjadi dalam konteks yang lebih luas atau sebagai bagian dari proses menuju perbaikan atau transformasi yang lebih besar.

Mungkin ada upaya dari pihak Ferdy Sambo dan rekan-rekannya untuk mengatasi peristiwa tersebut dengan mengaitkannya dengan tujuan atau nilai-nilai yang lebih tinggi. Namun, tindakan mereka untuk menghancurkan bukti-bukti kunci dan menghalangi penyidikan menunjukkan bahwa mereka tidak bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral atau etika yang seharusnya dipegang.

e. *Attacking one's accusers*

Strategi ini melibatkan upaya untuk menyerang kredibilitas atau motivasi dari pihak yang menuduh organisasi. Dengan melakukan ini, organisasi berharap dapat memutar balik perhatian publik dan mengalihkan tanggung jawab atau kesalahan pada pihak lain.

Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mungkin juga terlibat dalam strategi menyerang kredibilitas pihak yang menuduh mereka atau mencoba untuk mengalihkan perhatian dari kesalahan atau tindakan mereka dengan menyerang atau mencemarkan nama baik pihak lain.

f. *Compensation*

Melalui strategi ini, organisasi menawarkan ganti rugi atau kompensasi kepada pihak yang terkena dampak dari peristiwa negatif. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kekecewaan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh publik dan mengembalikan kepercayaan terhadap organisasi.

Tidak ada tindakan yang menunjukkan bahwa Ferdy Sambo dan rekan-rekannya mencoba untuk mengkompensasi atau memberikan ganti rugi atas dampak dari tindakan mereka. Sebaliknya, mereka terlibat dalam tindakan untuk menghapus bukti-bukti yang dapat mengungkap kebenaran dan menghadapi akibat hukum dari tindakan mereka.

4. *Corrective Action*

Dalam kasus ini, tindakan korektif tidak terlihat dilakukan oleh Ferdy Sambo dan rekannya. Mereka justru terlibat dalam upaya untuk menyembunyikan bukti dan menghalangi penyelidikan atas kematian Yosua Hutabarat. Tindakan ini jelas bertentangan dengan prinsip korektif yang seharusnya diambil dalam menangani kejadian yang melibatkan pelanggaran hukum atau etika. Sebaliknya, mereka terlibat dalam tindakan yang semakin memperburuk situasi.

5. *Mortification*

Tidak ada tanda-tanda mortifikasi dalam kasus ini. Mortifikasi mengacu pada tindakan meminta maaf atau menyesali tindakan yang telah dilakukan, serta menunjukkan penyesalan dan komitmen untuk memperbaiki kesalahan. Namun, dalam kasus ini, tidak ada upaya dari pihak Ferdy Sambo dan rekannya untuk menunjukkan penyesalan atas tindakan mereka atau memperbaiki dampak negatif yang telah ditimbulkan. Sebaliknya, mereka terus terlibat dalam upaya untuk menyembunyikan kebenaran dan menghindari pertanggungjawaban.

## Persepsi Masyarakat Terhadap Polri

Masyarakat mengekspresikan ketidakpuasan terhadap kinerja Polri yang dianggap tidak bersungguh-sungguh dalam memproses kasus yang dilaporkan oleh masyarakat. Ini menunjukkan bahwa ada kesenjangan antara harapan masyarakat terhadap pelayanan dan responsibilitas Polri dengan kenyataan yang dialami. Ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja Polri terkait dengan responsivitas dalam menanggapi kasus yang dilaporkan. Jika masyarakat merasa bahwa Polri tidak serius atau tidak responsif dalam memproses kasus-kasus yang dilaporkan, hal ini dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap kepolisian (Hasibuan, 2021).

Penggunaan hashtag #percumalaporpolisi menjadi cermin bagi Polri untuk melakukan introspeksi dan pembenahan internal. Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan untuk perubahan dan peningkatan kualitas dalam layanan publik yang diberikan oleh Polri (Permadi et al., 2023). Persepsi masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh keadilan dalam penanganan kasus. Jika masyarakat merasa bahwa penanganan kasus tidak adil, misalnya terjadi pemutusan proses hukum atau tidak adanya tindakan yang tepat terhadap pelaku kejahatan, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan dan ketidakpercayaan terhadap Polri.

Tagar tersebut juga dianggap sebagai bentuk kritik dan kontrol sosial yang diberikan oleh masyarakat terhadap aparat kepolisian. Ini menunjukkan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pembangunan demokrasi serta pengawasan terhadap kinerja institusi pemerintahan, termasuk Polri. Masyarakat menginterpretasikan penggunaan hashtag #percumalaporpolisi sebagai penagihan terhadap janji Polri untuk mengimplementasikan semboyan Rastra Sewakottama, yang menegaskan bahwa Polri adalah Abdi Utama dari pada Nusa dan Bangsa (Mulyasantosa, 2020). Ini menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan Polri untuk memenuhi komitmennya dalam melayani dan melindungi masyarakat. Kehadiran tagar tersebut mengekspresikan kekecewaan kolektif masyarakat terhadap kinerja Polri, yang jika tidak ditanggapi dengan baik, dapat mengarah pada penurunan kepercayaan terhadap Polri. Ini menunjukkan bahwa Polri perlu merespons dengan serius dan tanggap terhadap aspirasi dan keluhan masyarakat untuk mencegah terjadinya erosi kepercayaan public (Pongtiku et al., n.d.).

Pengalaman masyarakat dalam berinteraksi dengan Polri juga dapat mempengaruhi persepsi mereka. Jika pelayanan publik yang diberikan oleh Polri dianggap kurang memuaskan, misalnya lambatnya respon atau kurangnya kesigapan dalam menangani masalah, hal ini dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap lembaga tersebut. Masyarakat juga akan menilai Polri berdasarkan sejauh mana mereka menjalankan tugas-tugasnya dengan profesionalisme, integritas, dan keadilan (Ikhsan, 2022). Jika terjadi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip tersebut, maka hal ini dapat merusak citra Polri di mata masyarakat.

Dengan memahami persepsi masyarakat yang muncul terkait penggunaan hashtag #percumalaporpolisi, Polri dapat merancang strategi komunikasi yang

lebih efektif untuk memperbaiki citra mereka dan membangun kembali kepercayaan masyarakat. Strategi komunikasi tersebut perlu mengakomodasi aspirasi dan kebutuhan masyarakat serta menunjukkan komitmen Polri dalam meningkatkan pelayanan publik dan akuntabilitas institusi (Ningrum & Hartanto, 2023)

Persepsi negatif masyarakat terhadap Polri, yang tercermin dalam penggunaan hashtag #percumalaporpolisi, menunjukkan kebutuhan mendesak untuk memperbaiki citra. Persepsi negatif tersebut menunjukkan bahwa masyarakat merasa tidak puas dengan kinerja dan responsivitas Polri dalam menangani kasus-kasus yang dilaporkan. Oleh karena itu, Polri perlu melakukan pembenahan internal dan meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan publik mereka agar dapat memperbaiki citra dan membangun kembali kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, upaya perbaikan citra Polri akan berkaitan erat dengan peningkatan kinerja dan responsivitas mereka terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat.

### **Evaluasi Efektivitas Penggunaan Hashtag #percumalaporpolisi**

Dapat dilihat dari respons masyarakat terhadap kampanye tersebut di media sosial, tanggapan dan respon positif dari masyarakat dapat dianggap sebagai indikasi bahwa kampanye telah berhasil mempengaruhi persepsi mereka terhadap Polri. Jika terjadi peningkatan kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap Polri setelah kampanye diluncurkan, hal ini dapat dianggap sebagai indikator keberhasilan dalam memperbaiki citra Polri.

Respon yang proaktif dari Polri terhadap tagar #percumalaporpolisi, seperti langkah-langkah untuk meningkatkan responsivitas terhadap laporan masyarakat, dapat menunjukkan bahwa kampanye tersebut telah memberikan dampak yang positif (Juniarti et al., 2022). Mengenai respons masyarakat terhadap kampanye ini, dapat bervariasi tergantung pada beragam faktor, termasuk pengalaman pribadi mereka dengan Polri, tingkat kepercayaan terhadap institusi tersebut, serta persepsi mereka terhadap keadilan dan efektivitas penegakan hukum.

Jika kampanye diluncurkan tanpa dukungan yang memadai dari Polri dalam hal implementasi strategi komunikasi dan tindakan nyata untuk memperbaiki kinerja, maka hasil yang diharapkan mungkin tidak tercapai (Fitri et al., 2021). Jika akar permasalahan yang menyebabkan masyarakat merasa tidak puas terhadap Polri tidak ditangani secara menyeluruh, maka hasil yang diharapkan dari kampanye tersebut mungkin tidak dapat dicapai sepenuhnya. Terkadang, terdapat resistensi baik dari dalam maupun luar organisasi yang dapat menghambat upaya perbaikan citra. Hal ini bisa berupa resistensi dari pihak dalam organisasi yang tidak ingin mengubah praktik atau kebiasaan lama, atau tekanan dari pihak luar yang berkepentingan untuk menjaga status quo.

#### IV. KESIMPULAN

Persepsi masyarakat terhadap Polri sangat dipengaruhi oleh kinerja dan responsivitas lembaga tersebut dalam menangani kasus yang dilaporkan. Ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja Polri dapat memicu persepsi negatif, terutama jika masyarakat merasa Polri tidak serius atau responsif dalam memproses laporan. Penggunaan hashtag #percumalaporpolisi menjadi cerminan bagi Polri untuk melakukan introspeksi dan pembenahan internal. Persepsi masyarakat juga dipengaruhi oleh keadilan dalam penanganan kasus; jika masyarakat merasa penanganan kasus tidak adil, hal ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan. Tagar tersebut juga merupakan bentuk kritik dan kontrol sosial, sekaligus penagihan terhadap janji Polri untuk mengimplementasikan semboyan Rastra Sewakottama. Kampanye penggunaan hashtag ini terbukti meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu kinerja Polri. Respon positif dari masyarakat menunjukkan efektivitas kampanye ini, sementara respons proaktif Polri memperlihatkan dampak positif terhadap kesadaran institusi. Namun, strategi komunikasi yang defensif, seperti *denial*, *shifting the blame*, dan *evasion of responsibility*, yang digunakan dalam kasus Brigadir Yosua Hutabarat, menunjukkan masih adanya tantangan dalam membangun kepercayaan masyarakat. Untuk memperbaiki citra Polri secara berkelanjutan, diperlukan langkah-langkah konkret, seperti meningkatkan responsivitas dalam menangani laporan, memastikan keadilan dalam setiap kasus, serta melibatkan masyarakat dalam evaluasi kinerja. Penelitian ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi publik yang efektif dalam membangun kepercayaan institusi, sekaligus membuka peluang untuk studi lebih lanjut terkait hubungan antara komunikasi publik dan peningkatan citra lembaga di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Azmah, S. F. N., Ansorayah, S., & Mayumi, I. (2023). Analisis Wacana Kritis Fairclough dalam Wacana Pilpres 2024 (Studi Kasus Berita di Instagram@Pinterpolitik). *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 4(2), 45–53.
- Bahar, N., & Latief, R. (2022). Cyberactivism Sebagai Budaya Populer: Analisis Wacana Hashtag# Percumalaporpolisi Di Twitter. *Tabligh*, 23(1), 1–26.
- Benoit, W. L. (1997). Hugh Grant's image restoration discourse: An actor apologizes. *Communication Quarterly*, 45(3), 251–267.
- Deny, A., Profita, A., & Gunawan, S. (2023). Analisis Dan Pengembangan Strategi Mitigasi Risiko Pada Proses Produksi Kayu Lapis (Plywood)(Studi Kasus: PT. SLJ Global Tbk). *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan*

- Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 114–124.
- Elviani, M., & Karina, N. R. N. (2020). Strategi Komunikasi Humas dalam Memperbaiki Citra Kementerian Pemuda dan Olahraga. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, 1(1), 38–43.
- Fitri, A. N., Fitri, F., Karim, A., & Rachmawati, F. (2021). Strategi komunikasi Krisis Maskapai Penerbangan di Indonesia (studi analisis komunikasi krisis Adam Air, Air Asia dan sriwijaya air dalam menghadapi Krisis Kecelakaan pesawat melalui prespektif komunikasi Islam). *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 1(2), 89–104.
- Handaningtias, U. R., Praceka, P. A., & Indriyany, I. A. (2022). Kepercayaan Publik (Public Trust) Terhadap Polisi: Studi Mengenai Wacana Public Dalam# Percumalaporpolisi Dengan Pendekatan Big Data Analysis. *Ijd-Demos*, 4(3).
- Hasibuan, E. S. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Penerimaan Anggota Polri. *Jurnal Hukum Sasana*, 7(1).
- Ikhsan, Y. (2022). Pembingkaian Citra Polisi pada Tagar# PercumaLaporPolisi (Analisis Wacana Kritis Metode Norman Fairclough). *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 217–224.
- Jannah, H. U., Wangi, M. S., & Itasari, A. A. (2023). Persepsi Pengguna Twitter Terhadap Tagar# PercumaLaporPolisi. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1).
- Juniarti, G., Putri, C. F. L. D., & Talani, N. S. (2022). Rasa Percaya Mahasiswa Pada Polisi (Studi Eksperimen Pada Tweet Dengan tagar# 1Hari1Oknum). *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(3), 317–330.
- Katsaros, M., Yang, K., & Fratamico, L. (2022). Reconsidering Tweets: Intervening during Tweet Creation Decreases Offensive Content. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 16(lcws), 477–487. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19308>
- Mulyasantosa, N. (2020). Representasi Peran Polri Dalam Persepsi Khalayak. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67–80.
- Ningrum, M. W., & Hartanto, E. (2023). Opini Publik Pada Aktivisme Tanda Pagar '#Di Media Sosial Twitter (Social Network Analysis Dan Sentiment Analysis Pengguna Twitter Terhadap# Sayabersamajokowi). *BroadComm*, 5(2), 1–13.
- Permadi, P., Puspitasari, E., & Aziz, S. N. (2023). Persepsi dan Perubahan Tingkah Laku Positif pada Masyarakat 5.0 Terhadap Polri Presisi di Era VUCA. *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 2(2), 74–87.
- Pongtiku, A., Kayame, M. H. M. D. R., SKM, Mk. D. V. H. R., Resubun, Y., & Amirdin, Ms. (n.d.). *Judul: METODE PENELITIAN KUALITATIF SAJA*.
- Rahayu, N. D., & Yuniarti, R. (2024). Pengaruh Intensitas Berita Brigadir J di Tiktok Terhadap Citra Polri Dimata Mahasiswa. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu* ..., 1(February). <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/220%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/220/242>

- Ramdhan, M. (2021). Metode Penelitian (AA Effendy. *Cipta Media Nusantara*.
- Syafuddin, K. (2022). Analisis Jaringan Isu# percumalaporpolisi Sebagai Bentuk Rendahnya Kepercayaan Netizen Terhadap Kepolisian di Twitter. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 5(1).
- Yogie Alwatan. (2023). Komunikasi Krisis Polri: Strategi Image Repair Polri Dalam Tragedi Kanjuruhan. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i1.2694>