

Strategi Public Relations Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Pemulihan Citra Institusi: Studi Kasus Penjual Es Gabus Suderajat

Rihhadatul 'Aisy*, Muh. Ruslan Ramli

Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: rihaldaaisy@student.esaunggul.ac.id*

Keywords:

public relations; image repair; image; case study; jakarta metropolitan police public relations division (bidhumas polda metro jaya).

Abstract

In addition, this study aims to determine the public relations strategy carried out by the Public Relations Division of the Jakarta Metropolitan Police (Polda Metro Jaya) in an effort to restore the institution's image and to determine the obstacles faced by the Jakarta Metropolitan Police in implementing public relations & image repair strategies to restore the institution's image in the case of the ice cork seller polemic. This study uses a qualitative approach with a post-positivism paradigm and uses a case study method. The data obtained from this study are based on misunderstandings in obtaining information received by police officers in carrying out their duties as state officials. Therefore, the Jakarta Metropolitan Police's Public Relations Division conducted research on information on social media, evaluated, and corrected technical errors in carrying out its duties as state officials. On the other hand, there are several important roles that must be carried out by the Jakarta Metropolitan Police's Public Relations Division, including monitoring the development of public opinion every day. Then, holding press conferences, press releases through social media and official mass media owned by the Jakarta Metropolitan Police to explain criminal cases that are currently circulating and becoming a center of attention in the community. Furthermore, the Public Relations Division of the Jakarta Metropolitan Police (Polda Metro Jaya) also uses suggestions and criticism from the public as evaluation material to ensure better service and communication in the future. The roles carried out by the Jakarta Metropolitan Police (Polda Metro Jaya) aim to restore its public image following criminal cases committed by certain police officers.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author. Published by Riviera Publishing

Kata Kunci:

public relations; pemulihan citra (image repair); citra; studi kasus; dan bidhumas polda metro jaya.

Abstrak

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi public relations yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam upaya pemulihan citra institusi dan mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam melaksanakan strategi public relations & image repair untuk memulihkan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivisme serta menggunakan metode studi kasus. Data yang didapatkan dari penelitian ini berdasarkan dengan adanya kesalahpahaman untuk mendapatkan informasi yang diterima oleh oknum polisi dalam menjalankan tugasnya sebagai aparat negara. Oleh sebab itu, maka Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan mencari tahu mengenai informasi di media sosial, mengevaluasi, serta mengoreksi kembali terkait kesalahan-kesalahan teknis dalam menjalankan tugasnya sebagai aparat negara. Di sisi lain, terdapat beberapa peran penting yang

harus dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya di antaranya melakukan pemantauan terhadap perkembangan opini publik dalam setiap harinya. Kemudian, melakukan konferensi pers, siaran pers melalui media sosial maupun media massa resmi milik Polda Metro Jaya untuk memaparkan kasus-kasus kriminalitas yang sedang beredar dan menjadi sebuah pusat perhatian di lingkungan masyarakat. Selain itu, Bidhumas Polda Metro Jaya juga menjadikan saran ataupun kritikan dari masyarakat luas sebagai bahan evaluasi agar ke depannya dapat memberikan pelayanan dan komunikasi yang baik. Peran-peran yang dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya memiliki tujuan untuk memulihkan citra nya di pandangan masyarakat, setelah adanya kasus-kasus kriminalitas yang telah dilakukan oleh oknum polisi.

PENDAHULUAN

Citra institusi merupakan salah satu aset penting bagi organisasi, termasuk lembaga pemerintahan seperti Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri). Sebagai lembaga yang memiliki tugas memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat, Polri dituntut untuk senantiasa menjaga kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut tidak hanya dibangun melalui kinerja institusi, tetapi juga melalui perilaku setiap anggota kepolisian yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Oleh karena itu, setiap tindakan yang dilakukan oleh anggota kepolisian berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap institusi Polri secara keseluruhan.

Di era digital yang ditandai dengan pesatnya perkembangan media sosial, informasi dapat tersebar dengan sangat cepat dan menjangkau masyarakat luas dalam waktu singkat. Kondisi tersebut menjadikan berbagai peristiwa yang melibatkan aparat kepolisian mudah memperoleh perhatian publik. Tidak jarang, tindakan yang dilakukan oleh oknum anggota kepolisian memunculkan perdebatan dan kritik dari masyarakat, terutama apabila dianggap tidak sesuai dengan prosedur maupun nilai-nilai pelayanan publik yang seharusnya dijunjung tinggi oleh institusi kepolisian.

Salah satu kasus yang sempat menjadi perhatian publik adalah viralnya dugaan penggunaan *Polyurethane Foam* (PU Foam) atau spons sebagai bahan baku pembuatan es gabus yang dijual oleh seorang pedagang bernama Suderajat di wilayah Kemayoran, Jakarta Pusat pada 24 Januari 2026 (Kompas.com, 2026). Kasus tersebut bermula dari beredarnya video yang memperlihatkan seorang anggota kepolisian bersama aparat terkait melakukan pemeriksaan terhadap produk yang dijual oleh Suderajat karena diduga mengandung bahan berbahaya. Dalam video yang beredar di media sosial, jajanan tersebut bahkan dibakar sebagai bagian dari upaya pembuktian terhadap dugaan yang disampaikan.

Kasus tersebut kemudian berkembang luas di media sosial dan menjadi perbincangan publik. Berbagai pemberitaan media massa turut menyoroti dugaan penggunaan spons sebagai bahan baku es gabus yang dijual oleh Suderajat. Namun, berdasarkan hasil pemeriksaan laboratorium, produk yang diperjualbelikan tersebut dinyatakan tidak mengandung spons dan aman untuk dikonsumsi (Kompas.com, 2026). Hasil pemeriksaan tersebut kemudian mendorong pihak kepolisian untuk memberikan klarifikasi kepada masyarakat terkait informasi yang telah beredar sebelumnya.

Menanggapi polemik yang berkembang, Polda Metro Jaya melalui jajaran humas dan pejabat terkait menyampaikan klarifikasi kepada masyarakat. Selain itu, pihak kepolisian juga menyampaikan permintaan maaf atas kesalahpahaman yang terjadi serta melakukan evaluasi terhadap proses penanganan kasus tersebut. Berdasarkan hasil

pemeriksaan internal yang dilakukan oleh Bidang Propam Polda Metro Jaya, anggota kepolisian yang terlibat dalam kasus tersebut dinyatakan tidak terbukti melakukan penganiayaan terhadap Suderajat selaku penjual es gabus (CNN Indonesia, 2026). Meskipun demikian, pihak kepolisian tetap melakukan pembinaan dan evaluasi terhadap anggota yang terlibat guna meningkatkan kualitas komunikasi serta pelayanan kepada masyarakat.

Dalam situasi seperti ini, peran *Public relations* menjadi sangat penting dalam membantu organisasi menghadapi isu yang berkembang di ruang publik. Menurut (Kriyanto, 2021), *public relations* merupakan fungsi strategis organisasi yang berperan dalam membangun komunikasi yang baik dengan publik, menjaga reputasi institusi, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam menghadapi situasi tersebut adalah melalui penerapan strategi *public relations* dan *image repair*. *Public relations* dilakukan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang berpotensi memengaruhi organisasi, sedangkan *image repair* berfokus pada penanganan dampak yang muncul ketika suatu isu berkembang yang mengancam reputasi organisasi. Kedua pendekatan tersebut menjadi bagian penting menjaga stabilitas hubungan antara organisasi dan publiknya.

Dalam struktur organisasi kepolisian, Bidang Hubungan Masyarakat (Bidhumas) Polda Metro Jaya memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, membangun komunikasi dengan media massa, serta menjaga citra institusi di wilayah hukum Polda Metro Jaya. Sebagai unit yang bertanggung jawab terhadap aktivitas kehumasan, Bidhumas Polda Metro Jaya dituntut mampu merespons berbagai isu yang berkembang di masyarakat secara cepat, tepat, dan transparan guna menjaga kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

Berdasarkan uraian tersebut, kasus polemik penjual es gabus Suderajat menjadi menarik untuk diteliti karena melibatkan perhatian publik yang luas serta memerlukan upaya komunikasi yang dilakukan oleh institusi kepolisian dalam menjaga dan memulihkan citra organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi *Public relations* yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam pemulihan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi public relations yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam upaya pemulihan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat? 2) Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam melaksanakan strategi public relations untuk memulihkan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat?

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui strategi public relations yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam upaya pemulihan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat. 2) Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam melaksanakan strategi public relations dan image repair untuk memulihkan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat.

METODE

Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan paradigma post-positivisme. Menurut Creswell (2014), paradigma post-positivisme telah memegang kepada filosofi deterministik yaitu mengenai dimana penyebab dapat menentukan sebuah efek ataupun hasil dalam penelitian tersebut. Permasalahan yang diteliti dalam penggunaan paradigma post-positivisme ini mencerminkan kebutuhan dalam mengidentifikasikan dan menilai sesuatu yang dapat menyebabkan hasil untuk mempengaruhi suatu fenomena maupun kejadian. Pengetahuan yang berkembang dalam paradigma post-positivisme berdasarkan pada observasi yang cermat dari realitas yang muncul dalam kehidupan sehari-hari (Creswell, 2014), dan peneliti menggunakan paradigma post-positivisme ini dikarenakan paradigma tersebut cocok dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam mengetahui proses dan cara bekerja sebuah strategi PR dalam lembaga kepolisian Republik Indonesia, sebagai contohnya dalam lingkungan Bidhumas Polda Metro Jaya. Paradigma post-positivisme juga dapat mengembangkan pernyataan yang relevan, menjelaskan situasi yang sebenarnya, dan menggambarkan hubungan antara sebab akibat dan masalah. Selain itu, paradigma ini menyatakan bahwa seorang peneliti tidak bisa mendapatkan fakta-fakta dari suatu kenyataan yang terjadi di tempat lokasi penelitian apabila si peneliti telah membuat jarak dengan kenyataan yang ada di lokasi tersebut (Moleong, 2014).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi Public Relations yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam pemulihan citra institusi pada kasus polemik penjual es gabus Suderajat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses komunikasi, pengambilan keputusan, serta berbagai tindakan yang dilakukan oleh organisasi dalam menghadapi isu yang berkembang di masyarakat.

Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami fenomena berdasarkan perspektif para partisipan yang terlibat secara langsung dalam peristiwa yang diteliti.

Penelitian kualitatif dinilai sesuai digunakan dalam penelitian ini karena fokus penelitian tidak bertujuan untuk mengukur hubungan antarvariabel, melainkan memahami secara mendalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam upaya pemulihan citra institusi.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus (case study). Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu fenomena tertentu yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata, yaitu polemik penjual es gabus Suderajat yang sempat viral di media sosial dan memperoleh perhatian publik secara luas.

Menurut Yin (2018), studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks

kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat secara jelas.

Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus tunggal (single case study) karena penelitian hanya berfokus pada satu kasus, yaitu polemik penjual es gabus Suderajat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi Public Relations yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam menangani isu tersebut serta upaya yang dilakukan untuk memulihkan citra institusi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Polda Metro Jaya

Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2026 yang meliputi tahap penyusunan proposal, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi.

- Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)
- Dokumentasi
- Observasi

Sumber Data Penelitian

- Data Primer
- Data Sekunder

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Model ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian.

Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), analisis data terdiri atas empat tahapan sebagai berikut:

Pengumpulan Data (Data Collection)

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Kondensasi Data (Data Condensation)

Data yang telah diperoleh kemudian dipilih, disederhanakan, dan difokuskan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang relevan dikelompokkan berdasarkan tema penelitian, yaitu strategi Public Relations dan pemulihan citra institusi.

Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah dikelompokkan kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, maupun kutipan hasil wawancara agar memudahkan peneliti dalam memahami pola dan hubungan antar data.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh. Kesimpulan tersebut kemudian diverifikasi secara terus-menerus agar diperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan Four Step Public Relations Process sebagai teori utama dan Image Repair Theory sebagai teori pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Public Relations Bidhumas Polda Metro Jaya

Strategi yang digunakan terkait dalam penelitian ini menggunakan strategi *four step public relations process*. Strategi *four step public relations process* adalah model strategi *public relations* yang telah dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Model strategi *public relations* ini menjelaskan bahwa aktivitas *public relations* dilakukan dalam empat tahapan yang saling berkaitan, yaitu terdiri dari *fact finding*, *planning*, *action* dan *communication* serta *evaluation*. Keempat tahapan ini digunakan untuk memastikan bahwa program komunikasi yang akan dijalankan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fact Finding

Fact Finding merupakan tahap awal dalam proses Public Relations yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah serta mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan isu yang sedang dihadapi organisasi. Pada tahap ini, praktisi Public Relations melakukan riset, pengumpulan data, serta analisis situasi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai permasalahan yang terjadi.

Dalam kasus polemik pedagang es gabus Suderajat yang telah dituduh oleh seorang oknum polisi merupakan sebuah kesalahan yang cukup fatal. Kesalahan tersebut bermula dengan adanya sebuah Laporan Kepolisian yang berasal dari masyarakat dan masyarakat tersebut mengatakan bahwa telah ditemukannya seorang oknum pedagang nakal yang menggunakan bahan-bahan zat kimia untuk diolah menjadi sebuah minuman ataupun makanan dan kemudian dijual bebas ke masyarakat luas. Kejadian tersebut terjadi di wilayah Jakarta Pusat. Tanpa adanya pengecekan kembali mengenai informasi Laporan Kepolisian dari masyarakat tersebut, pihak oknum polisi langsung datang ke lokasi di wilayah yang sama, yakni di wilayah Jakarta Pusat. Selanjutnya, tanpa aba-aba, seorang oknum polisi tersebut langsung mengambil tindakan dan melakukan perekaman melalui video melalui *handphone* nya, lalu kemudian diviralkan melalui media sosial. Hingga video tersebut sempat menjadi *trending* topic dalam pembicaraan di lingkungan masyarakat.

Hal ini disampaikan oleh Kombes Pol Budi Hermanto selaku Kabid Humas Polda Metro Jaya (Wawancara, 17 Juli 2026) bahwa :

“Dalam kasus tersebut merupakan suatu perbuatan yang bisa membuat citra polisi kualitasnya menjadi menurun. Sehingga pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya memanfaatkan waktu untuk menyampaikan klarifikasi, kronologi yang sebenarnya terjadi di TKP, dan memberikan info mengenai perkembangan dalam penanganan kasus tersebut

melalui konferensi pers, siaran pers, serta media sosial resmi dari Polda Metro Jaya agar masyarakat memperoleh informasi yang utuh.”

Pendapat yang serupa dan senada yang ini disampaikan oleh Kompol Deti Juliawati selaku PS KA SPKT Polda Metro Jaya (Wawancara, 22 Juni 2026) bahwa : “Dengan adanya kasus tersebut di media sosial, itu merupakan suatu kesalahan yang fatal sehingga dapat mengakibatkan citra polisi menjadi buruk di masyarakat. Apalagi jika dari pihak oknum tersebut tanpa mencari tahu dan mengecek kembali mengenai fakta-fakta yang sebenarnya terjadi, lalu kemudian pihak oknum tersebut terlalu cepat dalam mengambil sebuah tindakan dan mengunggah video introgasi kepada korban di media sosial ataupun media massa.”

Planning

Planning merupakan tahap perencanaan dalam strategi yang akan dilakukan oleh organisasi. Pada tahapan ini, telah ditentukan sebuah tujuan komunikasi, sasaran publik, pesan yang akan disampaikan, serta media massa yang akan digunakan dalam pelaksanaan program-program dari *public relations*. *Planning* yang akan dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dan divisi satuan kerja (Satker) lainnya ialah dengan cara melakukan klarifikasi terhadap polemik penjual es gabus Suderajat yang telah dituding oleh seorang oknum polisi melalui perekaman video yang menjadi viral dalam media sosial dan menjadi pembicaraan di lingkungan masyarakat luas.

Hal ini disampaikan oleh Budi Hermanto selaku Kabid Humas Polda Metro Jaya (Wawancara, 17 Juli 2026) bahwa :

“Apabila ada kasus yang melibatkan oknum dari pihak kepolisian, pihak dari Bidhumas Polda maupun pihak-pihak instansi Polri yang terkait tidak akan menutup-nutupi atas peristiwa tersebut. Yang kami akan lakukan untuk ke depannya ialah memberikan penjelasan yang sesuai dengan fakta dan memberikan informasi mengenai perkembangan dalam penyelidikan kasus-kasus yang telah melibatkan oknum dari pihak kepolisian yang disampaikan kepada publik melalui konferensi pers, siaran pers, maupun media sosial resmi dari Polda Metro Jaya.”

Action and Communication

Action and communication ini merupakan tahap implementasi strategi yang telah dirancang sebelumnya. *Action and communication* yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya maupun satuan kerja (SatKer) dari lingkungan Polda Metro Jaya ialah melakukan peliputan melalui konferensi pers, mempublikasikan informasi-informasi yang terkait melalui media sosial maupun media massa, serta melakukan pemantauan dan pengecekan sebuah informasi yang menjadi sebuah acuan di dalam lingkungan masyarakat. Hal itu bertujuan untuk menjangkau mengenai informasi yang menjadi target sasarannya.

Bidhumas Polda Metro Jaya juga memastikan bahwa seluruh kegiatan strategi *public relations* yang dilakukan merupakan sebuah acuan yang berpegang teguh kepada visi dan misi dari institusi POLRI yang PRESISI (Prediktif, Responsibilitas, dan Transparansi Berkeadilan).

Hal ini disampaikan oleh Citra Ayu Civilia selaku Kasubbagrenmin Bidhumas Polda Metro Jaya (Wawancara, 17 Juli 2026) bahwa :

“Selain memberikan sebuah klarifikasi yang terkait kasus-kasus kriminalitas yang dilakukan oleh oknum polisi, pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya maupun Satuan Kerja (SatKer) lainnya yang berada di lingkungan Polda Metro Jaya tetap menyampaikan berbagai kegiatan pelayanan dan pengungkapan kasus yang dilakukan oleh oknum anggota polisi di lapangan agar masyarakat luas mendapatkan gambaran yang utuh mengenai kinerja Polri.”

Pendapat yang serupa dan senada yang ini disampaikan, Kompol Deti Juliawati selaku pimpinan KA SPKT Polda Metro Jaya (Wawancara, 22 Juni 2026) juga mengungkapkan bahwa :

“Dengan adanya insiden kasus tersebut, akan diperlukannya pengklarifikasian dari pihak oknum polisi melalui media sosial dan juga dapat memberikan alasan-alasan yang sesuai dengan keadaan yang ada di TKP serta melakukan permohonan maaf kepada masyarakat luas maupun ke pihak korban yang didampingi oleh pimpinan dari pihak oknum tersebut.”

Evaluation

Evaluation merupakan tahap penilaian terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tujuan komunikasi yang telah tercapai serta untuk melakukan identifikasi berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki pada program-program berikutnya. Evaluasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya ialah melakukan klarifikasi mengenai penyebab terjadinya kasus yang telah dialami oleh pedagang es gabus Suderajat, yang berdasarkan pengidentifikasian dari kesalahan-kesalahan maupun kekurangan yang akan perlu diperbaiki agar kasus-kasus yang serupa tidak akan terjadi kembali guna memperbaiki citra nya serta menjaga reputasi POLRI yang merupakan salah satu lembaga aparat negara. Kemudian, pihak dari oknum polisi tersebut harus meminta maaf secara langsung kepada pihak korban serta menjelaskan bahwa tindakan tersebut merupakan sebuah kesalahpahaman dalam menjalankan tugas yang semestiny akan dilakukan.

Hal ini telah disampaikan oleh Maryanto selaku Paur 1 Subbid Mutimedia Bidhumas Polda Metro Jaya (Wawancara, 8 Juli 2026) bahwa :

“Dalam kasus seperti itu, langkah pertama yang kami lakukan adalah memastikan terlebih dahulu seluruh fakta-fakta yang sebenarnya. Setelah informasi yang diperoleh sudah lengkap, kemudian kami menyampaikan mengenai penjelasan resmi kepada masyarakat luas agar hal tersebut tidak akan terjadi kesimpangsiuran informasi. Jika memang ditemukannya sebuah kesalahan yang dilakukan oleh pihak oknum dari kepolisian, kami sampaikan bahwa proses pemeriksaan dilakukan secara terbuka sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku. Selain itu, kami juga membangun komunikasi dengan media dan masyarakat luas agar informasi yang beredar tidak hanya berdasarkan potongan-potongan video ataupun opini-opini yang sedang berkembang di media sosial.” Pendapat yang serupa telah disampaikan oleh Kompol Deti Juliawati selaku PS KA SPKT Polda Metro Jaya (Wawancara, 22 Juni 2026) bahwa :

“Baik pihak oknum polisi itu sendiri maupun dari pihak pimpinan oknum polisi tersebut harus berjanji untuk berkomitmen tidak akan mengulangi kejadian kasus yang serupa kembali dan akan lebih cermat serta tanggap dalam menerima laporan maupun memviralkan ke media sosial.”

Hambatan-hambatan Yang Dapat Mengganggu Kinerja Polri Dalam Melaksanakan Tugasnya.

Dengan adanya pemberitaan terkait kasus tuduhan yang dilakukan oleh oknum dari anggota kepolisian terhadap pedagang es gabus Suderajat, tentu saja terdapat suatu hambatan yang dapat mengganggu kinerja Polri dan memberikan dampak negatif terhadap citranya, terutama di lingkungan Polda Metro Jaya. Berikut ini merupakan hambatan-hambatan yang dialami oleh Polda Metro Jaya :

Citra Polri Menjadi Buruk

Citra merupakan suatu kesan yang tercipta dari adanya sebuah pandangan bentuk, dan pengalaman yang membangun pendapat khalayak (masyarakat) untuk membentuk sebuah reputasi yang baik. Menurut Katz (dalam Ishaq, 2017) telah mengatakan bahwa citra merupakan suatu bentuk pandangan dan penilaian yang dilakukan oleh khalayak (masyarakat) kepada individu, organisasi, dan kegiatan-kegiatan tertentu.

Citra dalam institusi Polri menjadi buruk dikarenakan adanya rasa ketakutan dan hilangnya rasa kepercayaan kepada anggota polisi dalam melakukan pelaporan terkait adanya suatu kasus kriminalitas.

Hal ini telah disampaikan oleh Kompol Deti Juliawati selaku PS KA SPKT POLDA METRO JAYA (Wawancara, 22 Juni 2026) bahwa :

“Pemberitaan terhadap kasus tersebut dapat menurunkan citra Polri di pandangan masyarakat luas karena oknum polisi tersebut terlalu cepat dalam melakukan sebuah tindakan terkait sebuah berita, tanpa mencari kebenarannya. Hal itu dikarenakan pihak institusi dari oknum polisi tersebut terlalu cepat merespon laporan dari masyarakat tanpa mengecek kembali yang sesuai dengan standard operasional prosedur (SOP) dan berkoordinasi dengan instansi lainnya yang terkait dengan permasalahan dalam pemberitaan tersebut.”

Spekulasi yang beredar di media sosial.

Di era digitalisasi seperti saat ini, penyampaian sebuah informasi yang akan diterima oleh masyarakat luas telah berkembang dengan sangat cepat. Hal tersebut dapat membuat persepsi masyarakat terbentuk dari adanya sebuah opini publik terkait dengan penyampaian sebuah informasi yang didapatkan dari media sosial maupun media massa.

Oleh karena itu, hal ini telah disampaikan oleh Kombes Pol Budi Hermanto selaku Kabid Humas Polda Metro Jaya (Wawancara, 17 Juli 2026) bahwa :

“Hambatan yang paling sering kami hadapi adalah cepatnya penyebara dalam sebuah informasi di media sosial. Terkadang informasi yang telah didapatkan oleh masyarakat belum tahu soal kebenarannya dan sudah terlebih dahulu dipercayai oleh masyarakat luas.”

Persepsi negatif terhadap kinerja Polri.

Dalam penyampaian sebuah informasi yang ada di media sosial maupun media massa, bukanlah suatu informasi yang akurat dan terpercaya. Sehingga masyarakat dengan mudahnya di doktrin dengan berbagai persepsi-persepsi yang bersifat negatif terhadap institusi Polri.

Hal ini telah disampaikan oleh Maryanto selaku Paur 1 Kassubid Multimedia Bidhumas Polda Metro Jaya (Wawancara, 8 Juli 2026) bahwa :

“Informasi yang didapatkan oleh masyarakat luas terkadang belum lengkap mengenai asal-usulnya maupun data-datanya, sehingga masyarakat sudah terlebih dahulu untuk mempercayai akan hal informasi-informasi yang sudah menyebar luas dari media sosial maupun media massa. Hal itu dapat menyebabkan adanya sebuah persepsi negatif terhadap anggota polri dan kami sebagai pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya harus membangun komunikasi secara konsisten kepada masyarakat luas dan menunjukkan melalui tindakan-tindakan bahwa setiap pelanggaran yang dilakukan oleh oknum dari pihak kepolisian akan ditindaklanjuti dan di proses dengan aturan yang berlaku.”

d. Kepercayaan masyarakat menurun.

Kepercayaan merupakan sesuatu yang diharapkan dan dianut oleh seorang individu maupun sebuah kelompok. Sedangkan menurut Chang (dalam Herliana, 2021:157) mengatakan bahwa kepercayaan adalah hubungan timbal balik antara pemberi kepercayaan dengan penerima kepercayaan yang dibentuk melalui interaksi satu sama lain.

Dalam adanya sebuah pemberitaan terkait kasus kriminalitas yang dilakukan oleh seorang oknum dari pihak kepolisian memiliki beberapa efek negatif di kalangan masyarakat luas. Efek negatif yang terjadi dari adanya kasus tersebut ialah masyarakat mengalami keresahan, masyarakat tidak memiliki rasa kepercayaan yang lebih kepada institusi Polri, masyarakat merasakan waspada jika laporan terkait kasus kriminal yang di alaminya tidak diproses dengan cepat oleh institusi Polri, serta Polri dianggap musuh utama bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini telah disampaikan oleh Kompol Deti Juliawati selaku PS KA SPKT POLDA METRO JAYA (Wawancara, 22 Juni 2026) bahwa :

“Dengan adanya kasus yang sudah melibatkan seorang oknum polisi tentu saja menjadi salah satu hambatan bagi institusi Polri. Efek yang dirasakan oleh masyarakat terhadap kasus tersebut ialah hilangnya rasa kepercayaan masyarakat kepada institusi Polri, masyarakat merasa was-was jika ingin membuat laporan kepada institusi Polri, serta masyarakat telah menganggap institusi Polri merupakan musuh utamanya di dalam kehidupan sehari-hari.”

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian yang dalam bentuk wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan analisis data temuan hasil penelitian di lapangan yang akan dibahas sesuai dengan teori dan logika. Agar lebih terperinci dan terurai, maka dari itu pembahasan ini akan disajikan yang sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang diteliti secara langsung di lapangan.

Strategi Public Relations

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *strategi four step public relations process*. Strategi *four step public relations process* adalah model strategi public relations yang telah dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Model strategi public relations ini menjelaskan bahwa aktivitas public relations dilakukan dalam empat tahapan yang saling berkaitan, yaitu terdiri dari fact finding, planning, action dan communication serta evaluation. Keempat tahapan ini digunakan untuk memastikan bahwa program komunikasi yang akan dijalankan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Four Step Public Relations Yang Diterapkan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya.

Fact Finding

Dengan adanya pemberitaan terkait kasus tudingan yang dilakukan oleh oknum dari pihak kepolisian terhadap pedagang es gabus Suderajat ini, merupakan adanya suatu kesalahpahaman mengenai informasi yang telah didapatkan oleh oknum tersebut. Kemudian oknum polisi tersebut langsung datang ke tempat kejadian perkara (TKP) dan merekam video introgasi secara langsung kepada pedagang es gabus yang bernama Pak Suderajat, lalu oknum polisi tersebut berkata “es gabus buatan Pak Suderajat ini telah mengandung bahan kimia dan menggunakan Spons yang menjadi bahan baku untuk adonan es nya. Sehingga makanan ini, tidak layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat.” Setelah itu, oknum polisi tersebut mengunggah atau mengupload video introgasi yang dilakukan kepada Pak Suderajat ke dalam media sosial. Sehingga hal di atas dapat membuat masyarakat merasakan keresahan dengan adanya pemberitaan kasus seperti itu yang sempat viral di media sosial. Selain itu, masyarakat tidak mempercayai lagi kepada pihak institusi Polri untuk melakukan pelaporan atas kasus tindakan kriminalitas yang telah dialami. Oleh sebab itu, citra dari institusi Polri dapat bernilai negatif di pandangan masyarakat sehingga diperlukannya untuk perbaikan mengenai kinerja Polri dan tugas-tugas Polri yang sesuai dengan standard operasional prosedur (SOP).

Pada tahapan ini sangatlah penting bagi Bidhumas Polda Metro Jaya dalam memulihkan citranya. Yang pertama, melakukan monitoring mengenai pemberitaan media dan percakapan yang ada di dalam media sosial maupun media massa untuk mengetahui persepsi masyarakat. Yang kedua, melakukan analisis situasi terkait adanya pemberitaan di dalam media sosial maupun media massa. Yang ketiga, jika ditemuannya sebuah kesalahan yang dilakukan oleh oknum polisi dalam menjalankan tugasnya maka Bidhumas Polda Metro Jaya mengklarifikasi dan melakukan permintaan maaf kepada korban yang akan disampaikan dalam konferensi pers serta berjanji akan tidak ada kasus yang serupa muncul kembali di media sosial maupun media massa.

Manfaat adanya fact finding bagi Bidhumas Polda Metro Jaya ialah dengan adanya penggunaan media masa dan media sosial di zaman sekarang ini justru menjadi sarana untuk menyampaikan informasi-informasi secara langsung kepada masyarakat luas, tanpa harus bergantung pada satu saluran komunikasi saja. Terkait dengan adanya kasus yang telah dilakukan oleh oknum polisi tersebut, media massa dan media sosial sudah resmi dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan, meluruskan informasi-informasi yang

berkembang, sekaligus menunjukkan bahwa setiap laporan dan dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh oknum polisi akan ditindaklanjuti secara profesional.

Peran yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya untuk memulihkan citra nya ialah melakukan pemantauan informasi-informasi yang sedang berkembang di media sosial. Kemudian, jika ditemukannya sebuah opini publik yang bersifat negatif dan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat luas, maka Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan observasi dan mengecek kembali terkait informasi terkait kasus yang sedang viral di masyarakat. Setelah itu, Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan penyampaian klarifikasi melalui media sosial dan mengatakan bahwa informasi-informasi tersebut merupakan berita *hoaks*.

Planning

Planning merupakan tahap perencanaan strategi komunikasi yang akan dilakukan organisasi. Pada tahap ini ditentukan tujuan komunikasi, sasaran publik, pesan yang akan disampaikan, serta media yang akan digunakan dalam pelaksanaan program Public Relations. Planning yang akan dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam memperbaiki citra nya dipandangan masyarakat luas yakni akan memberikan sanksi kepada pihak oknum polisi yang telah lalai dalam menjalankan tugasnya berupa sanksi kode etik maupun sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang berlaku. Selanjutnya mengadakan konferensi pers, siaran pers dan mengundang beberapa awak media untuk melakukan peliputan berita yang merupakan sebuah tindakan kriminalitas. Selain itu, Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan pemaparan mengenai klarifikasi dan melakukan permohonan maaf kepada sang korban dari adanya kasus tuduhan yang dilakukan oleh oknum polisi.

Action & Communication

Action and Communication merupakan tahap implementasi strategi yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini organisasi mulai melaksanakan berbagai kegiatan komunikasi, seperti penyampaian informasi kepada media, konferensi pers, publikasi di media sosial, maupun kegiatan komunikasi lainnya yang bertujuan untuk menjangkau publik sasaran. Bidhumas Polda Metro Jaya telah memastikan bahwa seluruh strategi *public relations* yang dilakukan merupakan sebuah acuan yang berpegang teguh kepada visi dan misi dari institusi Polri yang Presisi (Prediktif, Responsibilitas, dan Transparansi Berkeadilan). Setiap program komunikasi yang akan dilakukan itu sudah tersusun berdasarkan kebijakan-kebijakan dari Mabes Polri, analisis situasi, dan kebutuhan masyarakat luas. Pelaksanaannya dilakukan melalui penyampaian informasi yang cepat, tepat, akurat, dan transparansi serta membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat luas yang melalui media massa, media sosial, dan kegiatan-kegiatan yang bersifat kemitraan.

Selain hal di atas, action & communication yang dilakukan dalam Bidhumas Polda Metro Jaya ialah yang pertama, memastikan untuk terlebih dahulu seluruh fakta-fakta yang sebetulnya terjadi. Yang kedua, setelah informasi tersebut sudah lengkap data-data yang didapatkan, pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya akan menyampaikan penjelasan informasi-informasi yang bersifat resmi kepada masyarakat agar tidak terjadi

kesimpangsiuran ataupun kesalahpahaman informasi. Jika telah ditemukan adanya sebuah kesalahan yang dilakukan oleh seorang anggota polisi, Bidhumas Polda Metro Jaya akan menyampaikan bahwa proses pemeriksaan dilakukan secara terbuka sesuai dengan aturan yang berlaku. Selain itu Bidhumas Polda Metro Jaya juga membangun komunikasi dengan wartawan, beberapa kemitraan yang bekerja sama dengan Polda Metro Jaya dan masyarakat agar informasi yang beredar di media masa maupun media sosial itu tidak hanya berdasarkan potongan cuplikan dari video-video yang dapat menggiring persepsi negatif di dalam lingkungan bermasyarakat. Selanjutnya, setiap program komunikasi yang dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya selalu diawali dengan pemantauan terhadap isu-isu yang lagi berkembang di media massa maupun media sosial. Dari hasil pemantaun tersebut, Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan pengidentifikasi berbagai persoalan yang menjadi perhatian masyarakat luas.

Evaluation

Evaluation merupakan tahap penilaian terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tujuan komunikasi telah tercapai serta untuk mengidentifikasi berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki pada program berikutnya. Evaluasi yang dilakukan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam kasus atas tudingan yang dilakukan oleh oknum polisi terhadap pedagang es gabus ialah memantau terus mengenai perkembangan terkait isu-isu yang akan menjadi perhatian bagi masyarakat luas. Selain itu, Bidhumas Polda Metro Jaya akan segera melakukan koordinasi dengan unit satuan kerja lainnya untuk memastikan kebenaran informasi berita-berita yang terjadi di dalam media massa maupun media sosial. Setelah data-data tersebut telah didapatkan, Bidhumas Polda Metro Jaya kemudian akan menyampaikan penjelasan secara resmi kepada publik melalui konferensi pers, siaran pers, maupun melalui media sosial resmi milik Polda Metro Jaya. Langkah tersebut dilakukan agar masyarakat luas dapat memperoleh informasi yang benar dan tepat serta tidak dapat memberikan pengaruh negatif mengenai berita-berita yang belum tentu jelas untuk bisa dipertanggungjawabkan.

Dari adanya kasus yang telah dilakukan oleh oknum polisi tersebut, maka pihak dari Bidhumas Polda Metro telah melakukan evaluasi. Tindakan yang dilakukan buat ke depannya yang berdasarkan hasil dari evaluasi ialah melakukan penyampaian informasi kepada informan (masyarakat) secara cepat, tepat, akurat, transparan, dan dapat membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui media massa, media sosial, maupun kemitraan yang terlibat untuk melakukan kerja sama dengan Bidhumas Polda Metro Jaya. Yang kedua, memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang terkait dengan kinerja polisi secara positif. Yang terakhir, Bidhumas Polda Metro Jaya telah menyediakan layanan untuk menerima saran dan kritik dari masyarakat maupun wartawan terhadap kinerjanya sebagai salah satu institusi aparat negara di Indonesia.

Dari pernyataan-pernyataan yang telah dijabarkan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam kasus polemik yang telah dialami oleh pedagang es gabus Suderajat terhadap tudingan yang dilakukan dari pihak oknum kepolisian, merupakan seorang oknum polisi telah terlalu cepat dalam menanggapi dan memviralkan berita-

berita yang didapatkan tanpa mencari tahu serta mengecek kembali sebuah pemberitaan mengenai tindakan kriminalitas dengan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dan berkoordinasi dengan pihak-pihak instansi yang terkait, seperti BPOM maupun pihak dan lembaga kesehatan. Oleh karena itu, dengan adanya pemberitaan terkait kasus tudingan yang dilakukan oleh oknum polisi terhadap pedagang Es Gabus Suderajat hingga viral di media sosial pihak institusi Bidhumas Polda Metro Jaya maupun Divisi Satuan Kerja (SatKer) lainnya akan melakukan sebuah evaluasi dan mengoreksi kembali mengenai kesalahan teknis dalam bertugas. Hal tersebut dilakukan agar ke depannya tidak akan terulang kembali atas kejadian kasus yang bersifat sama dan yang dapat memberikan efek negatif bagi citra maupun reputasi polisi. Planning tindakan yang akan diambil oleh pimpinan dari instansi tempat oknum polisi itu bertugas biasanya merupakan hasil diskusi dari rapat analisis dan evaluasi (anev).

Selanjutnya, Bidhumas Polda Metro Jaya melakukan penyampaian informasi kepada media, konferensi pers, publikasi di media sosial, maupun kegiatan komunikasi lainnya yang bertujuan untuk menjangkau publik sasaran yang berfungsi sebagai strategi dalam menjalankan *action and communication* nya. Dengan adanya kasus viral atas tudingan antara pihak oknum polisi dengan pedagang Es Gabus Suderajat di media sosial, bahwa adanya sebuah klarifikasi dari pihak tempat oknum polisi bertugas yang disampaikan melalui konferensi pers dan mengundang beberapa awak media untuk melakukan liputan terkait kasus tersebut. Dan yang terakhir, dalam kasus tudingan yang dilakukan oleh oknum polisi terhadap pedagang Es Gabus Suderajat hingga viral di media sosial, tindakan yang diambil ialah melakukan klarifikasi dan meminta maaf kepada masyarakat luas maupun ke pihak korbannya secara langsung di dampingi oleh pimpinan masing-masing dari pihak oknum tersebut. Dan pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya juga berjanji tidak akan mengulanginya kembali dan untuk ke depannya akan lebih cermat dalam menerima laporan-laporan maupun memviralkan sesuatu hal ke media sosial.

Hambatan Yang Dapat Mengganggu Kinerja Polri Dalam Melaksanakan Tugasnya.

Hambatan adalah suatu hal yang dapat menghalangi sebuah kegiatan. Hambatan itu lebih cenderung kepada hal-hal yang bersifat negatif karena dapat menimbulkan gangguan pada kegiatan ataupun aktivitas yang dilaksanakan. Pada dasarnya terdapat dua faktor yang memungkinkan munculnya sebuah hambatan, yaitu dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dari suatu hambatan biasanya dari masing-masing individu dalam sebuah organisasi. Sedangkan faktor eksternal dari suatu hambatan biasanya dari fasilitas, kemitraan yang melakukan kerjasama, fasilitas, latar belakang anggota dalam sebuah organisasi, dan lingkungan di sekitarnya.

Dalam dunia ilmu komunikasi, hambatan bisa terjadi pada semua konteks jaringan komunikasi. Misalnya, pada komunikasi interpersonal, komunikasi massa, maupun komunikasi organisasi. Dengan adanya sebuah hambatan tersebut, hal ini dapat menyebabkan komunikasi tidak berjalan dengan efektif. Menurut Hadiono (2012) hambatan memiliki arti sesuatu yang dapat menghalangi untuk suatu kemajuan ataupun pencapaian terhadap sebuah tujuan yang sudah disusun.

Hambatan yang dialami oleh Polda Metro Jaya setelah adanya kejadian terhadap kasus yang menimpa oknum polisi melakukan tudingan kepada pedagang es gabus Suderajat ialah di era digitalisasi seperti saat ini informasi di dalam media sosial dapat berkembang sangat begitu cepat. Hambatan yang paling sering dialami dalam adanya pemberitaan kasus tersebut, yang pertama ialah cepatnya penyebaran informasi-informasi di dalam media sosial maupun media massa. Terkadang informasi-informasi yang disampaikan dalam media sosial tidak memiliki penjelasan yang belum lengkap dan belum diketahui kebenarannya, sehingga masyarakat luas sudah lebih dahulu untuk mempercayai berita-berita tersebut tanpa didasari oleh fakta-fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan. Yang kedua, masih ditemukannya persepsi yang bersifat negatif mengenai adanya sebuah opini publik akibat dari kasus-kasus kriminalitas yang dilakukan oleh oknum polisi pada beberapa tahun sebelumnya di lingkungan Polda Metro Jaya. Oleh karena itu, Bidhumas Polda Metro Jaya harus membangun sebuah jaringan komunikasi yang secara konsisten dan menunjukkan melalui adanya suatu tindakan bahwa setiap pelanggaran itu benar-benar akan diproses untuk ditindaklanjuti yang berdasarkan dengan aturan yang berlaku.

Sebab Bidhumas Polda Metro Jaya itu sendiri telah memiliki peran penting di era digitalisasi seperti saat ini. Peran penting yang akan dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya adalah melakukan pemantauan terhadap perkembangan opini publik dalam setiap harinya. Ketika sebuah isu muncul yang akan menjadi perhatian masyarakat, Bidhumas Polda Metro Jaya berkoordinasi dengan fungsi-fungsi yang terkait untuk memastikan sebuah kebenaran mengenai informasi yang sedang beredar di media sosial. Setelah dapat yang diperoleh Bidhumas Polda Metro Jaya sudah lengkap, kemudian Kabid Humas Polda Metro Jaya akan menyampaikan penjelasan secara resmi melalui konferensi pers, siaran pers, maupun media sosial resmi milik Polda Metro Jaya. selain memberikan klarifikasi, Bidhumas Polda Metro Jaya juga menjadikan saran ataupun kritikan dari masyarakat luas sebagai bahan evaluasi agar ke depannya dapat memberikan pelayanan dan komunikasi yang baik.

Image Repair Theory

Image repair theory adalah teori yang telah dikembangkan oleh William L. Benoit untuk menjelaskan bagaimana individu maupun sebuah organisasi melakukan upaya pemulihan citra ketika sedang menghadapi tuduhan, kritik, maupun peristiwa yang berpotensi untuk merusak reputasi mereka. Dalam instansi Kepolisian Republik Indonesia, khususnya di lingkungan Polda Metro Jaya juga menerapkan *image repair theory*. Hal tersebut dilakukan guna memperbaiki citra dan menjaga reputasi baik di pandangan masyarakat luas terkait kinerja polisi yang sebagai aparat negara Indonesia.

Cara-cara yang digunakan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya dalam memulihkan citra polisi yang telah dicap buruk oleh masyarakat luas, yakni dengan cara mengacu kepada visi dan misi Polri yang sebagai institusi yang Presisi (Prediktif, Responsibilitas, dan Transparansi Berkeadilan). Setiap program komunikasi yang akan dijalankan itu sudah tersusun berdasarkan kebijakan-kebijakan dari Mabes Polri, analisis situasi, dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, Bidhumas Polda Metro Jaya berupaya untuk

mengklarifikasi dan berkata dengan sejujur-jujurnya mengenai proses penanganan terhadap kasus yang dilakukan oleh oknum dari anggota kepolisian kepada pedagang es gabus Suderajat sebagai salah satu contohnya. Selanjutnya, Bidhumas Polda Metro Jaya telah menggunakan cara komunikasi yang sangat efektif dan tidak hanya berfokus sekedar untuk menyampaikan informasi saja, melainkan pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya itu sendiri juga berusaha mau mendengar mengenai saran, keluhan, ataupun kritikan dari masyarakat luas. Sehingga Bidhumas Polda Metro Jaya berusaha membangun komunikasi dua arah melalui media massa, media sosial, maupun kegiatan tatap muka secara langsung dan dengan cara seperti itulah kepercayaan masyarakat dapat dibangun secara bertahap.

Di dalam Bidhumas Polda Metro Jaya juga telah menyusun program-program komunikasi guna memulihkan citra nya. Program-program komunikasi yang dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya itu berupa melakukan monitoring terkait pemberitaan media dan percakapan di media sosial untuk mengetahui bentuk persepsi masyarakat luas. Dan setelah itu, pihak dari Bidhumas Polda Metro Jaya dapat menentukan tujuan komunikasi, siapa yang menjadi sasaran yang akan dicapai, serta media apa saja yang paling efektif untuk digunakan. Setelah program-program tersebut dilaksanakan, Bidhumas Polda Metro Jaya kemudian melakukan evaluasi terhadap hasilnya, baik dari sisi pemberitaan maupun melihat respon dari masyarakat luas.

KESIMPULAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti telah dapat menarik sebuah kesimpulan mengenai strategi *public relations* Bidhumas Polda Metro Jaya dalam memulihkan citranya kembali terhadap kasus tuduhan yang dilakukan oleh oknum polisi terhadap pedagang es gabus Suderajat. Kesimpulannya bahwa sebuah instansi di lingkungan Polda Metro Jaya telah menerapkan strategi *four step public process* dan hambatan dalam menangani kasus-kasus yang telah dilakukan oleh oknum dari pihak kepolisian. Langkah-langkah dari strategi tersebut telah diterapkan dan dijalankan oleh pihak Bidhumas Polda Metro Jaya adanya suatu kesalahpahaman mengenai informasi yang telah didapatkan oleh oknum dari pihak kepolisian. Kemudian dari pihak oknum langsung datang ke tempat kejadian perkara (TKP) dan membuat video interogasi secara langsung kepada pedagang es gabus Suderajat lalu oknum tersebut berkata bahwa es gabus buatan Pak Suderajat ini telah menggunakan bahan baku yang terbuat dari Spons. Langkah kedua oknum tersebut akan diberikan sanksi mengenai kode etik yang sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. Langkah selanjutnya, mengadakan konferensi pers dan mengundang para awak media untuk melakukan peliputan berita yang bersifat kriminalitas serta melakukan klarifikasi hingga meminta maaf kepada korban dan masyarakat. Di sisi lain, Bidhumas Polda Metro Jaya akan menyampaikan informasi-informasi terkait kasus kriminalitas dan kegiatan-kegiatan positif yang terkait kinerja Polri melalui media sosial resmi dari Polda Metro Jaya maupun media massa.

Selain pernyataan hal di atas, ternyata Bidhumas Polda Metro Jaya juga memiliki suatu hambatan yang dapat mengganggu kinerja nya dalam menjalankan tugas yang

sesuai dengan visi dan misi serta aturan-aturan yang berlaku di lingkungan Polda Metro Jaya. Hambatan yang dialami oleh Polda Metro Jaya setelah adanya kejadian terhadap kasus yang menimpa oknum polisi melakukan tudingan kepada pedagang es gabus Suderajat ialah di era digitalisasi seperti saat ini informasi di dalam media sosial dapat berkembang sangat begitu cepat. Hambatan yang paling sering dialami dalam adanya pemberitaan kasus tersebut adalah cepatnya penyebaran informasi-informasi di dalam media sosial. Terkadang informasi-informasi yang disampaikan dalam media sosial tidak memiliki penjelasan yang belum lengkap dan belum diketahui kebenarannya, sehingga masyarakat luas sudah lebih dahulu untuk mempercayai berita-berita tersebut tanpa didasari oleh fakta-fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan. Di sisi lain, masih ditemukannya persepsi yang bersifat negatif mengenai adanya sebuah opini publik akibat dari kasus-kasus yang serupa pernah terjadi di beberapa tahun lalu merupakan menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi Polda Metro Jaya. Oleh karena itu, Bidhumas Polda Metro Jaya harus membangun sebuah jaringan komunikasi yang secara konsisten dan menunjukkan melalui adanya suatu tindakan bahwa setiap pelanggaran itu benar-benar akan diproses untuk ditindaklanjuti yang berdasarkan dengan aturan yang berlaku.

Oleh karena itu, Bidhumas Polda Metro Jaya itu sendiri telah memiliki peran penting di era digitalisasi seperti saat ini. Peran penting yang akan dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya adalah melakukan pemantauan terhadap perkembangan opini publik dalam setiap harinya. Kemudian, melakukan konferensi pers, siaran pers melalui media sosial maupun media massa resmi milik Polda Metro Jaya untuk memaparkan kasus-kasus kriminalitas yang sedang beredar dan menjadi sebuah pusat perhatian di lingkungan masyarakat. Selain itu, Bidhumas Polda Metro Jaya juga menjadikan saran ataupun kritikan dari masyarakat luas sebagai bahan evaluasi agar ke depannya dapat memberikan pelayanan dan komunikasi yang baik. Peran-peran yang dijalankan oleh Bidhumas Polda Metro Jaya memiliki tujuan untuk memulihkan citra nya di pandangan masyarakat, setelah adanya kasus-kasus kriminalitas yang telah dilakukan oleh oknum polisi.

REFERENSI

- Benoit, W. L. (1997). Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177–186.
- Benoit, W. L. (2015). *Accounts, Excuses, and Apologies: Image Repair Theory and Research* (2nd ed.). Albany: State University of New York Press.
- CNN Indonesia. (2026). Polda Metro: Bhabinkamtibmas Tak Terbukti Aniaya Penjual Es Gabus. CNN Indonesia. <https://www.instagram.com/p/DUQFwuAAX6B/>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective Public Relations* (11th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Fatona, A., & Sutarjo, M. A. S. (2025). *Strategi Public Relations Startup Ngampooz Melalui Program Ngampooz Internship*.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

- Kompas.com. (2026). Polisi Ungkap Hasil Lab Sampel Es Gabus Diduga Berbahan Spons di Kemayoran.Kompas.com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2026/01/25/14203421/polisi-ungkap-hasil-lab-sampel-es-gabus-diduga-berbahan-spons-di>
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintahan: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas, dan Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). *Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifullah, F., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2021). *Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.)