

**NEW MEDIA DALAM PROSES PEMBENTUKAN CITRA
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa
Yogyakarta dalam Pengelolaan Website *www.tribratanewsjogja.com*)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun oleh:
Nurhadiani Gusmi
12730018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini.

Nama Mahasiswa: Nurhadiani Gusmi
NIM : 12730018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapat gelar di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 15 Agustus 2016
Yang Menyatakan



Nurhadiani Gusmi
NIM. 12730018



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nurhadiani Gusmi
NIM : 12730018
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENGELOLAAN NEW MEDIA DALAM PROSES PEMBENTUKAN CITRA
(Studi Deskriptif Kualitatif PADA Bidhumas Polda DIY dalam Pengelolaan
Website www.tribatanewsjogja.com)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 15 Agustus 2016

Pembimbing

Mokhammad Mahfud, M.Si
NIP 419770713 200604 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-283/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2016

Tugas Akhir dengan judul : NEW MEDIA DALAM PROSES PEMBENTUKAN CITRA (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Pengelolaan Website www.tribratanewsjogja.com)

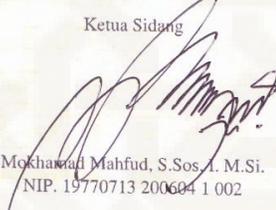
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURHADIANI GUSMI
Nomor Induk Mahasiswa : 12730018
Telah diujikan pada : Selasa, 23 Agustus 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Mochamad Mahfud, S.Sos. A. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I


Fatma Diah Pratiwi, S.Sos M. Si.
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji II


Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 23 Agustus 2016
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN


Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Let it flow and make it simple.

(Nurhadiani Gusmi)



HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk:
Almamater Tercinta
Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Dan Kedua Orang Tuaku Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis hingga diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan menuntun umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang ini.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
2. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Bapak Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Mokhamad Mahfud, S.Sos.I, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu meluangkan waktunya dengan sepenuh hati dan selalu mau serta ikhlas jika diajak bertemu ketika konsultasi, sesibuk apapun.
5. Ibu Dosen Penguji 1 Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, dan Penguji 2 Bunda Rika Lusri Virga, S.IP, M.A yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menguji sidang munaqosah disela-sela kesibukannya yang sangat padat.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak bekal dan ilmu kepada penulis hingga saat ini. Semoga ilmu yang diberikan akan selalu bermanfaat di masa mendatang.

7. Kabid Humas Polda DIY, Kasubbid Penmas beserta staff, Kasubbid PID Bidang Humas beserta staff, yang telah membantu dan mendukung penelitian ini.
8. Ayahanda Agus Supriyatno, S.Ikom, M.Si, Ibunda Utik Jumiati tercinta, dan adinda Muhammad Setiawan Gusmi, atas dukungan, semangat, nasihat, dan kesabaran kalian membantu skripsi ini hingga selesai, kasih sayang kalian tak terbalaskan.
9. Teman – teman Ilmu Komunikasi '12, khususnya Koma Generation (Mbak Tiwi, Haliemah, Thea, Cahya, Erlin, Widya, Azmi, dan Intan) atas dukungan dan semangat untuk saling mengingatkan, atas kebersamaan selama ini, suka duka yang dilalui.
10. Ika Rahayuningtyas, S.Si, dan Yoga Dwiyanto, sebagai tempat berkeluh kesah, semua bantuan, semangat, dukungan, dan motivasi.
11. Dan semua pihak yang telah meluangkan waktunya sehingga dapat membantu terselesaikannya skripsi ini.

Sekali lagi peneliti mengucapkan banyak terima kasih. Semoga amal mereka mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran akan peneliti perhatikan demi kebaikan kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 2 September 2016

Peneliti


Nurhadiani Gusmi
Nim. 12730018

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	10
E. Landasan Teori.....	13
F. Kerangka Berpikir	24
G. Metode Penelitian.....	25

BAB II: GAMBARAN UMUM

- A. Profil *Website* *tribratanewsjogja.com*..... 32
- B. Profil Informan..... 46

BAB III: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

- A. Pengelolaan *website* *www.tribratanewsjogja.com*
oleh Bidang Humas Polda DIY..... 50
- B. Proses pembentukan citra Polda DIY melalui *website*
www.tribratanewsjogja.com 79

BAB IV: PENUTUP

- A. Kesimpulan 95
- B. Rekomendasi dan Saran..... 96
- C. Penutup 96

DAFTAR PUSTAKA..... 98

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Model Komunikasi Lasswell	14
Bagan 2: Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	23
Bagan 3: Kerangka Berpikir.....	24



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Informan Penelitian.....	26
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Tampilan Home www.tribratanewsjogja.com bagian atas	33
Gambar 2: Tampilan Home www.tribratanewsjogja.com bagian tengah	33
Gambar 3: Tampilan Home www.tribratanewsjogja.com bagian atas	34
Gambar 4: Tampilan Headline www.tribratanews.jogja.com	35
Gambar 5: Tampilan submenu Binmas www.tribratanews.jogja.com	36
Gambar 6: Tampilan submenu Sabhara www.tribratanews.jogja.com	36
Gambar 7: Tampilan submenu Pidum www.tribratanews.jogja.com	37
Gambar 8: Tampilan submenu Pideksus www.tribratanews.jogja.com	37
Gambar 9: Tampilan submenu Narkoba www.tribratanews.jogja.com	38
Gambar 10: Tampilan submenu Pidkor www.tribratanews.jogja.com	39
Gambar 11: Tampilan submenu Pidter www.tribratanews.jogja.com	39
Gambar 12: Tampilan menu Lantas www.tribratanews.jogja.com	40
Gambar 13: Tampilan menu Densus www.tribratanews.jogja.com	40
Gambar 14: Tampilan menu Polisi Kita www.tribratanews.jogja.com	41
Gambar 15: Tampilan menu Mitra Polisi www.tribratanews.jogja.com	41
Gambar 16: Tampilan menu Laporan Polisi www.tribratanews.jogja.com	42
Gambar 17: Tampilan menu Giat Ops www.tribratanews.jogja.com	43
Gambar 18: Tampilan menu Unduh Release www.tribratanews.jogja.com	44
Gambar 19: Tampilan Kolom Komentar www.tribratanews.jogja.com	45
Gambar 20: Tampilan Kolom Berbagi www.tribratanews.jogja.com	46
Gambar 21: <i>Link</i> yang tersambung ke tribratanews jajaran Polda DIY	52

Gambar 22: Tampilan Running text di <i>website</i> www.tribratanewsjogja.com .	55
Gambar 23: Tampilan Running text di <i>website</i> www.tribratanewsjogja.com pada bulan April 2016.....	56
Gambar 24: Tampilan <i>Headline</i> www.tribratanews.jogja.com	59
Gambar 25: Kategori berita di menu Lantas	61
Gambar 26: Tampilan Pewarnaan www.tribratanews.jogja.com	64
Gambar 27: Logo Humas Polri.....	65
Gambar 28: Tampilan berita di <i>Headline</i> berdasarkan urutan tanggal	68
Gambar 29: Pemberitaan positif tentang Polri	74
Gambar 30: Menu Unduh Release yang dapat diakses wartawan.....	76
Gambar 31: <i>Press release</i> yang dibuat Bidang Humas Polda DIY	78
Gambar 32: Berita tentang <i>launching website</i> www.tribratanewsjogja.com ...	82
Gambar 33: Pengunjung <i>website</i> www.tribratanewsjogja.com	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: *Interview Guide*



ABSTRACT

In this research, researcher tried to explain how to manage new media website www.tribratanewsjogja.com to establish the image of Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta. Nowadays, police seems judged less good by the society. In this globalization era, Bidang Humas Polda DIY demanded to have a new media so they will not outdated. So Bidang Humas tried to make a portal news, which is a website to make a good image of police. They thought if they use internet so everyone can easily access about police news. This research uses qualitative descriptive method. The data was collected using observation, interview, and documentation. To check the validity of the data, the author uses a triangulation of sources. The result of this research showed that in the managing of new media website www.tribratanewsjogja.com was already appropriate with the website management theory. Website management did by Bidang Humas Polda DIY is still lacking, either from the human resources and the technology. Bidang Humas Polda DIY also needs to improve the website performance to help establishing police image in the society.

Keywords: image, new media, Polda DIY, website

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengamankan dan menertibkan masyarakat, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, mengayomi dan melayani masyarakat adalah tugas pokok instansi kepolisian. Namun belakangan diketahui bahwa citra kepolisian kurang bagus di mata masyarakat baik di dunia nyata maupun dunia maya. Meskipun sebenarnya persepsi masyarakat terhadap instansi ini juga dipengaruhi oleh lembaga – lembaga penegakan hukum lainnya. “Sebaik apapun kinerja Kepolisian Republik Indonesia (Polri), ketika instansi penegak hukum lain tidak serius dan tidak seimbang, Polri akan paling terkena getahnya, karena polisi adalah penegak hukum yang paling dekat dan berhubungan langsung dengan masyarakat” (www.tempo.co/read/kolom/2012/01/26/522/sengkarut-citra-kepolisian, diakses pada 25 Februari 2016 pukul 20.15 WIB).

Hal ini seperti yang disebutkan oleh Busyro Muqoddas selaku Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) pada 13 Maret 2011 yaitu “berbagai manipulasi yang marak terjadi dalam penegakan hukum dewasa ini, mengakibatkan tidak tegasnya penegakan hukum di Indonesia terutama dalam pengungkapan kasus korupsi” (edisicetak.joglosemar.co/berita/kpk-hakim-polisi-jaksa-kompak-manipulasi-hukum-38690.html, diakses pada 3 Mei 2016 pukul

07.43 WIB). Seperti pada firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat AN-Nisa ayat 79 yang berbunyi:

مَا أَصَابَكَ مِنْ حَسَنَةٍ فَمِنَ اللَّهِ ۗ وَمَا أَصَابَكَ مِنْ سَيِّئَةٍ فَمِنْ نَفْسِكَ ۗ
وَأَرْسَلْنَاكَ لِلنَّاسِ رَسُولًا ۖ وَكَفَى بِاللَّهِ شَهِيدًا (٧٩)

Yang artinya:

“Kebajikan apapun yang kamu peroleh, adalah dari sisi Allah, dan keburukan apapun yang menimpamu, itu dari (kesalahan) dirimu sendiri. Kami mengutusmu (Muhammad) menjadi rasul kepada (seluruh) manusia. Dan cukuplah Allah yang menjadi saksi”. (Q.S An-Nisa: 79)

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah memberikan karunia dan kemurahan-Nya, namun ketika terjadi sesuatu yang buruk, karena manusia sendiri yang mengundang keburukan itu. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa citra buruk kepolisian saat ini adalah karena oknum – oknum yang tidak bertanggung jawab dan hanya memikirkan duniawi saja tanpa memikirkan dampaknya baik bagi diri sendiri, maupun bagi instansi, diantaranya yang terjadi di Jambi, yaitu keterlibatan 35 anggota polisi dalam tindak pidana (tribunnews.com/regional/2016/01/03/22-polisi-jambi-terjerat-kasus-narkoba, diakses pada 5 April 2016 pukul 07.59 WIB) dan 193 polisi Polda Riau terjerat berbagai kasus selama 2015 (www.liputan6.com/news/read/2246447/193-polisi-polda-riau-terjerat-berbagai-kasus-selama-2015, diakses pada 5 April 2015 pukul 08.01 WIB)

Berdasarkan survey integritas anak muda 2012 yang dilakukan oleh *Transparency International* Indonesia (TII) selama Juni – Desember 2012 pada 1.012 anak muda di Jakarta usia 16 – 30 tahun menyatakan bahwa “66% responden menganggap kepolisian buruk dan dipenuhi korupsi, sementara 34% mengatakan instansi kepolisian baik dan bebas korupsi” (www.merdeka.com/peristiwa/survei-tii-citra-polisi-buruk-dan-korup-di-mata-anak-muda.html, diakses pada 24 Februari 2016 pukul 11.49 WIB). Selain itu, pada tahun 2015 citra kepolisian juga dirasakan mengalami penurunan, hal ini seperti yang dikutip dari laman <http://news.liputan6.com/read/2267010/kapolda-metro-kepercayaan-publik-pada-polisi-menurun> (diakses pada 24 Februari 2016 pukul 11.35 WIB) dalam pidatonya, Kapolda Metro Jaya, Irjen Polisi Tito Karnavian menyampaikan bahwa:

“Citra Polri harus betul – betul dicermati. Hal ini karena hasil survei suara pandangan masyarakat di media mengatakan adanya kecenderungan kepercayaan publik kepada Polri ini menurun. Penyebabnya mulai dari pelayanan publik yang kurang bagus. Saat masyarakat melapor polisi, pilih-pilih. Yang tidak kasih uang disepelekan. Dalam pelayanan SIM masih banyak calo. Harganya didongkrak naik. Kemarin Pak Kabid Propam menangkap anggota, yang mematok harga SIM sampai Rp 600 ribu. Saya sampaikan, langsung diproses itu. Dulu di zaman orde baru kita bagian dari penguasa, tapi sekarang kita kembalikan ke tugas awalnya mengawal dan melayani masyarakat. Selain itu, ia juga meminta kepada seluruh anggota Polri untuk mengurangi apapun segala bentuk pelanggaran. Sebab menurut dia, jika salah satu anggota saja yang melakukan pelanggaran, maka hal itu akan berdampak pada seluruh institusi Polri”.

Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta (Polda DIY) adalah salah satu instansi pemerintahan yang bertugas di bidang keamanan dan ketertiban. Sebagai penjaga keamanan dan ketertiban, Polda DIY sering berinteraksi dengan masyarakat dalam rangka mewujudkan Yogyakarta yang aman dan tertib. Tetapi citra positif Polda DIY sedikit diuji ketika Juli 2015, Wakil Kepala Rumah Sakit (RS) Bhayangkara terbukti terlibat kasus penipuan dan penggelapan dengan modus membayar sejumlah nominal tertentu untuk bisa diterima menjadi anggota polisi (sumber: www.radarjogja.co.id/blog/2015/07/28/mantan-waka-rs-bhayangkara-calo-penerimaan-polisi-dibekuk, diakses pada 4 April 2016 pukul 20.12 WIB). Lalu ada Brigadir Toni Pamungkas yang terlibat pertikaian dengan tukang parkir pada 7 Juli 2015 karena arogansi dan tidak bisa menahan emosi di daerah Dusun Koplak, Kebondalem, Prambanan, Klaten (sumber: www.tribunnews.com/regional/2015/07/09/bila-brigadir-tony-terbukti-bersalah-bakal-diberikan-sanksi, diakses pada 4 April 2016 pukul 20.16 WIB).

Kasus lainnya yang menurunkan citra polisi di masyarakat adalah ketika Elanto Wijoyono, seorang pesepeda nekat menghentikan rombongan motor gede (moge) yang menerobos lampu merah dan membuat lalu lintas kisruh tetapi tidak ada satupun polisi yang berada di pos jaga berusaha menengahi pada 15 Agustus 2015 (sumber: www.tempo.co/read/new/2015/08/16/058692375/elanto-penghadang-moge-kenegaraan-apa-ini-acara-hura-hura, diakses pada 4 April 2016 pukul 20.19 WIB). Hal ini menimbulkan komentar negatif di ketika video Elanto diunggah ke dunia maya yaitu situs berbagi video www.youtube.com.

Apabila terus berlanjut akan merugikan upaya Polri dalam mendapatkan kembali kepercayaan dan simpati masyarakat. Seperti pengakuan Mantan Kapolri Jendral (purn) Timur Pradopo yaitu “tidak mudah untuk mendapatkan kepercayaan dan simpati masyarakat. Selama kepemimpinannya, ia berupaya meneruskan tugas pemimpin sebelumnya dalam menyelesaikan pekerjaan rumah, yaitu merangkul kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian.” (www.sinarharapan.co/news/read/150819084/kasus-moge-ujian-citra-polisi, diakses pada 25 Februari 2016 pukul 13.55 WIB).

Selain beberapa kasus di atas, ada pula kasus narkoba yang melibatkan dua anggota Polri, disampaikan ketika *press release* Narkoba Progo, 15 Oktober 2015 di Lobby Mapolda DIY (sumber: arsip *press release* Bidang Hubungan Masyarakat Polda DIY). Dan juga ketika peneliti melakukan prasurvey di masyarakat kepada 15 (lima belas) orang secara acak di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu kepada pelajar dan warga sipil, 9 dari 15 orang ketika mendengar kata polisi yang ada di benaknya adalah sesosok aparat yang menakutkan dan dinilai negatif karena senang menilang orang dan suka mencari kesalahan.

Public Relations atau yang dikenal juga dengan Hubungan Masyarakat (Humas), saat ini merupakan bagian/divisi yang penting dan dibutuhkan oleh setiap instansi untuk menjaga hubungan baik dengan pihak internal maupun eksternal dalam rangka menjaga nama baik dan citra instansi. Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki PR yang lebih dikenal dengan staff Bidang

Hubungan Masyarakat (Bidhumas) yang bertugas selain menjalin hubungan baik dengan masyarakat, menjalin *media relations*, dan juga meningkatkan citra kepolisian dengan melaksanakan program – program kerja kehumasan. Citra menurut Frans Jeffkins dalam bukunya *PR Technique*, disimpulkan bahwa “secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya” (Nova, 2011:298).

Sebagai pengayom, pelayan, dan penegak hukum sudah sepantasnya kepolisian melakukan pelayanan sesuai dengan komitmen Bersih, Transparan, Akuntabel dan Humanis (BETAH) agar tercipta rasa percaya dan nyaman dari masyarakat. Adapun penerapan komitmen BETAH yang telah dilakukan Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta lebih banyak dilakukan dalam penerimaan anggota Polri yang selalu melibatkan pihak/pengawas eksternal seperti akademisi dan dokter dari Ikatan Dokter Indonesia (IDI) untuk memantau jalannya setiap ujian atau pemeriksaan guna meyakinkan kepada masyarakat bahwa Kepolisian sudah benar – benar berniat memperbaiki dirinya untuk menjadi Bersih dan Transparan.

Selain dalam penerimaan anggota Polri, komitmen Transparan diterapkan oleh humas dengan menggunakan model komunikasi, yaitu dengan komunikasi dua arah (*two way communication*) yang dilakukan ketika mengadakan *press conference* ataupun ketika *talk show* dan dialog interaktif. Sementara untuk komunikasi satu arah (*one way communication*) melalui pernyataan – pernyataan

dalam *press release* dan himbauan berupa pesan – pesan di media massa dan media *online*, melalui *website* resmi Polda DIY (www.tribratane.wsjogja.com).

Website www.tribratane.wsjogja.com adalah salah satu *New Media* yang digunakan oleh Bidang Humas Polda DIY dalam mempublikasikan kinerja kepada masyarakat dalam bentuk portal berita yang memuat berita – berita tentang kegiatan kepolisian, khususnya Kepolisian Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam hal ini, *website* www.tribratane.wsjogja.com dikelola oleh bagian Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PID) Bidang Humas Polda DIY mulai dari pencarian berita, dokumentasi berita, pembuatan berita ataupun artikel, *editing* hingga posting di *website*. Kegiatan ini dilakukan dengan target sebanyak 9 (sembilan) berita setiap harinya (sumber: Kasubbid Penmas Bidang Humas Polda DIY) sehingga masyarakat dapat mengetahui kinerja kepolisian dan apa saja yang telah dan sedang dilakukan oleh pihak kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada *website* www.tribratane.wsjogja.com ini juga terdapat menu yang dapat diakses oleh pengunjung yaitu *Headline*, *Binkam*, *Reskrim*, *Lantas*, *Densus*, *Polisi Kita*, *Mitra Polisi*, *Lapor Polisi*, *Giats Ops* dan *Unduh Release*. Meskipun hingga saat ini (17 Maret 2016) *website* www.tribratane.wsjogja.com masih dalam perbaikan, tidak mengurangi kuantitas publikasi artikel oleh staf Bidang Humas sebagai bentuk pelayanan kepada masyarakat.

Www.tribratane.wsjogja.com juga pernah menduduki peringkat 10 besar (sumber: Kasubbid Penmas Bidang Humas Polda DIY) jika dibandingkan dengan *website* tribratane.wsjogja.com lain di seluruh Indonesia. Seharusnya Bidang Humas Polda DIY menggunakan *New Media* ini sebagai pembentuk citra positif melalui pengelolaan *website* www.tribratane.wsjogja.com. Hal ini dimaksudkan agar Polda DIY tidak kehilangan kepercayaan dari masyarakat Yogyakarta sebagai penegak hukum, pengayom, dan pelayan masyarakat. Tidak hanya di dunia nyata tetapi juga melalui dunia maya karena melihat realita bahwa saat ini telah banyak yang mengakses berita melalui *smartphone*. “Berdasarkan survei terbaru Baidu, 59.9% pengguna internet Indonesia mengakses dunia maya melalui ponsel pintar atau *smartphone*” (tempo.co/read/news/2014/11/27/027624959/59-persen-pengguna-internet-akses-via-smartphone, diakses pada 9 Mei 2016 pukul 08.51 WIB). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang *New Media website* www.tribratane.wsjogja.com dalam Proses Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Polda DIY dalam pengelolaan Website www.tribratane.wsjogja.com).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengambil rumusan masalah yaitu **“bagaimana *new media website* www.tribratane.wsjogja.com pada Bidang Humas Polda DIY dalam proses pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta”?**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tentang pengelolaan *New Media website* www.tribratanewsjogja.com dalam proses pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi peneliti lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang pengelolaan *New Media* dalam proses pembentukan citra. Di samping itu, penelitian ini dapat sebagai referensi dan menambah wawasan kepustakaan bagi pihak – pihak lain yang berkepentingan, terutama wawasan tentang penggunaan media *Public Relations* modern yang menggunakan internet.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan peneliti tentang pengelolaan *New Media* dan dapat dijadikan sebagai acuan ataupun pertimbangan Bidang Humas Polda DIY dalam proses pembentukan citra kepolisian di Daerah Istimewa Yogyakarta agar semakin baik ke depannya.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan untuk menunjukkan bahwa topik yang diteliti belum pernah diteliti oleh peneliti lain dalam konteks yang sama serta menjelaskan posisi penelitian yang dilakukan oleh yang bersangkutan (Panduan Skripsi, 2013: 18).

Dalam penelitian ini, tinjauan pustaka yang digunakan yaitu: Skripsi milik Kirana Ambarwati (2009), mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra, Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto*. Latar belakang dari skripsi Kirana adalah karena dia melihat bahwa kondisi penerbangan di Indonesia sedang kritis mengingat banyaknya kecelakaan pesawat yang terjadi dan kondisi pesawat yang dikatakan sudah tidak layak beroperasi. Bagi Bandara Adisutjipto sebagai Bandara Internasional, citra adalah hal penting karena merupakan salah satu pintu gerbang masuk ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka dari itu Kirana melakukan penelitian untuk melihat bagaimana usaha Asisten Manajer (Asman) Humas dan Pelayanan Bandara PT. (PERSERO) Angkasa Pura I dalam membangun citra, menghadapi masalah dan menanamkan citra positif di mata masyarakat.

Persamaan penelitian peneliti dengan Kirana diantaranya sama – sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Selain itu juga membahas tentang membangun citra instansi dan mengangkat masalah yang terjadi pada instansi pemerintah. Sementara perbedaannya adalah pada instansi pemerintah yang

dijadikan objek penelitian, Kirana mengangkat Asisten Manajer (Asman) Humas dan Pelayanan Bandara PT. (PERSERO) Angkasa Pura I dalam membangun citra, sementara peneliti mengangkat tentang pengelolaan *New Media website* www.tribatanewsjogja.com dalam pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.

Skripsi yang kedua yaitu milik Muhammad Shauman Awaln Suriadi (2013), mahasiswa Hukum Masyarakat dan Pembangunan, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, Sulawesi Selatan yang berjudul *Membangun Citra Polisi dalam Penanggulangan Tindak Pidana Pelanggaran Lalu Lintas di Polres Wajo*.

Yang melatarbelakangi penelitian Shauman adalah faktor yang memengaruhi terjadinya pelanggaran lalu lintas dan penegakan hukum yang terjadi di Kabupaten Wajo, misalnya karena faktor ekonomi, kedekatan emosional karena kesamaan asal daerah, adanya hubungan keluarga, kesamaan profesi, dan hal lainnya. Hal ini juga tidak dapat dipungkiri karena adanya masyarakat yang berusaha melakukan nepotisme dan kolusi supaya bebas dari jeratan hukum. Banyak oknum kepolisian yang memanfaatkan jabatan dan wewenangnya untuk mendapatkan keuntungan pribadi yang dapat berdampak pada citra kepolisian itu sendiri. Oleh karena itu Shauman mengangkat skripsi untuk mengetahui cara yang dilakukan oleh pihak kepolisian dalam membangun citra polisi karena adanya perilaku menyimpang dari oknum – oknum polisi.

Kesamaan penelitian peneliti dengan penelitian Shauman adalah membahas tentang citra kepolisian dan menggunakan salah satu teknik

pengumpulan data yang sama yaitu studi pustaka dan menggunakan analisis kualitatif. Sementara untuk perbedaannya adalah Instansi Kepolisian yang diteliti, yaitu Shauman meneliti tentang membangun citra polisi di Polres Wajo, sementara peneliti melakukan penelitian tentang pengelolaan *New Media website* www.tribratanewsjogja.com dalam pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tinjauan Pustaka yang terakhir yaitu skripsi milik Rachmawati Windyaningrum (2011) yang berjudul *Penggunaan Website Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jawa Barat <http://dprd.jabarprov.go.id> dalam Penyampaian Informasi di Kalangan Wartawan, Studi kasus Public Relations On The Net Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat dalam Penyampaian Informasi di Kalangan Wartawan*. Yang mendasari Rachmawati melakukan penelitian ini adalah karena ketertarikannya terhadap lembaga legislatif (DPRD) yang memanfaatkan kecanggihan teknologi agar dapat terciptanya *Good Public Governance* yang didukung sistem informasi berbasis elektronik yang dikenal dengan *E-Government* yang merupakan istilah untuk interaksi antara instansi yang menyelenggarakan urusan pemerintahan dengan publik melalui saluran elektronik yang berupa internet.

Persamaan penelitian peneliti dengan Rachmawati adalah sama – sama meneliti tentang penggunaan *website* oleh instansi pemerintahan. Selain itu sama – sama menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Sementara perbedaannya terletak pada metode penelitian

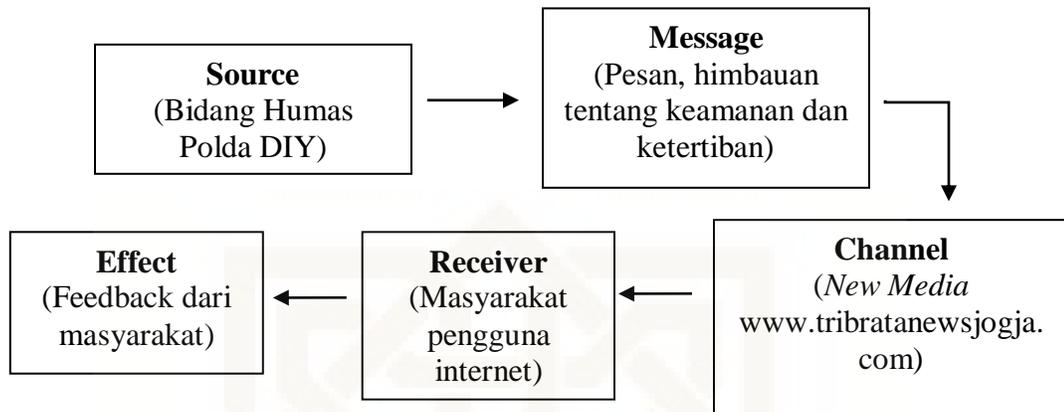
yang digunakan. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, sementara Rachmawati menggunakan metode penelitian studi kasus. Selain itu juga instansi pemerintahan yang diteliti berbeda, Rachmawati meneliti tentang penggunaan *website* Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jawa Barat <http://dprd.jabarprov.go.id> dalam Penyampaian Informasi di Kalangan Wartawan, sementara peneliti meneliti tentang pengelolaan *New Media website* www.tribatanewsjogja.com dalam Pembentukan Citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Landasan Teori

Pada subbab landasan teori ini akan dibahas mengenai teori – teori yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Laswell, komunikasi adalah hal yang kita lakukan setiap hari dan memiliki fungsi: pertama yaitu sebagai pengawasan lingkungan – yang mengingatkan anggota – anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan. Kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespons lingkungan. Ketiga, yaitu transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya (Mulyana, 2010: 147).

Model komunikasi menurut Lasswell memberikan gambaran tentang lima unsur komunikasi yang telah diolah peneliti di bawah ini:

Bagan 1.
Model Komunikasi Lasswell



Sumber: Olahan Peneliti

Pada gambar tersebut Bidang Humas Polda DIY menjadi komunikator (*source*) yang memberikan pesan – pesan (*message*) keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas). Selain memberikan informasi, pesan tersebut juga berisi tentang informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada polisi. Media/saluran (*channel*) yang digunakan oleh Bidang Humas yaitu *New Media website* www.tribratane.wsjogja.com. Sementara *effect* yang diperoleh yaitu meningkatnya kepercayaan masyarakat dengan adanya komentar yang ditinggalkan pengunjung *website*, pengaduan baik melalui pesan *online*, telepon, surat, *electronic mail* (e-mail), maupun kritik dan saran.

Menurut Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media menurut Cangara ada empat macam, yaitu media antarpribadi, media kelompok, media public dan media massa. Media

antarpribadi adalah media yang digunakan untuk hubungan perorangan (antarpribadi). Media yang tepat ialah kurir, surat dan telepon. Media kelompok adalah media komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, media yang tepat digunakan adalah rapat, seminar, dan konferensi. Pada masyarakat kota, media kelompok yang digunakan lebih banyak lagi, misalnya pengajian, arisan dll. Media publik, yaitu media komunikasi yang digunakan untuk lebih dari 200 orang, yaitu rapat akbar, rapat raksas dan semacamnya. Dalam rapat akbar khalayak melihat langsung pembicara yang tampil di atas podium, bahkan biasanya sesudah mereka berbicara, mereka turun berjabat tangan dengan para pendengar sehingga terjalin keakraban di antara mereka, meski kadang pembicara tidak dapat mengidentifikasi satu persatu pendengarnya (Cangara, 2009: 123-126).

Media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak yang tersebar dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Setelah ditemukannya komputer yang sudah disempurnakan pada 1946 dan berkembangnya satelit komunikasi pada 1957 yang pertama kali diluncurkan Rusia bernama SPUTNIK, tiga puluh tahun kemudian ditemukan fungsi komunikasi yang supercanggih yang dijuluki berbagai nama antara lain *superhighway*, media komunikasi maya, dan yang biasa kita kenal dengan nama internet. Internet memiliki kelebihan yaitu kecepatan mengirim dan memperoleh informasi, dan sekaligus penyedia data yang *shopisticated*.

Selain itu internet dapat berfungsi sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk elektronik (*e-mail*) (Cangara, 149-150). Komunikasi massa sangat dekat dengan media lama, sehingga sepertinya akan menjadi usang karena media baru. Bagaimanapun komunikasi massa bukanlah proses yang terbatas pada media massa atau sudah mengalami penurunan. Teknologi media baru juga membawa aktivitas komunikasi massa (McQuail, 2011: 43). Maka berikut adalah landasan teori penelitian ini.

1. *New Media*

Istilah media baru (*New Media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. *New Media* atau media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer ataupun telepon pintar (*smartphone*). Menurut Carey (2003) seiring dengan teknologi berbasis komputer, terdapat pula berbagai inovasi yang dalam beberapa hal mengubah aspek komunikasi (McQuail, 2011: 43). Internet adalah jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang dapat menjangkau jutaan orang di seluruh dunia (Ardianto, 2007: 150). Internet memiliki fasilitas yang dapat dirasakan pengguna, karena internet dapat menjadi media pertukaran dan penyampaian informasi.

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya *New Media* menurut McQuail (2011: 153) yakni:

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.

2. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
5. Munculnya bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media.
6. Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'.

Beberapa ciri kunci inovasi internet belum dipelajari secara layak, salah satunya adalah konsep baru dan realitas dari portal web. Kalyanaran dan Sundar dalam McQuail menunjukkan bahwa salah satu ciri unik dari *world wide web* (WWW) sebagai media massa terletak pada fakta bahwa sumber pesan tidak dibedakan dari penerima pesan. Hasilnya adalah portal yang membantu mengambil dan menyaring banyak informasi yang tersedia (2011: 151).

Website banyak digunakan oleh kalangan pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan dan juga instansi pemerintahan. Hal ini karena penggunaan *website* dapat digunakan untuk menyebarluaskan atau mempublikasikan tentang kegiatan informasi tentang instansi yang bersangkutan (Rachmawati, 2011: 3-5).

Website adalah sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Karena itu pada abad ini setiap perusahaan atau organisasi mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat *website* (Kriyantono, 2012: 275). Dalam *website* tersebut terdapat berbagai informasi seperti profil, informasi, layanan, kegiatan dan lainnya. Penilaian seperti ini

yang diharapkan sebagai tolak ukur dari reputasi yang dihasilkan berdasarkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh PR (Hidayat, 2014: 106).

Louis K. Falk dalam bukunya (2000:37-40) menyebutkan bahwa ada enam aturan dalam pengelolaan *website* yang memenangkan hati pengunjung *website*, yaitu:

1. *No dead links* (setiap *link* yang ditawarkan harus *online*)

Hal yang menyebalkan apabila masuk ke sebuah *website* tetapi ketika meng-klik gambar atau *link* tidak terjadi apa-apa. Itu seperti membaca suatu artikel di Koran tanpa ada lanjutannya. Lebih buruk lagi ketika tersambung tetapi terdapat tulisan “*under construction*” untuk beberapa waktu, tetapi ketika dalam jangka panjang tidak diperbaiki akan membuat pengunjung malas mengunjungi *website* tersebut.

2. *Contact information* (tersedia kontak informasi).

Jika pengguna memerlukan informasi lebih, seharusnya diberitahu bagaimana mendapatkannya. Kemudian permintaan pengguna tersebut mesti dijawab, paling lambat dalam waktu 48 jam. Jika tidak dijawab maka *website* dianggap tidak profesional.

3. *Placement of information* (penataan penempatan informasi)

Karena kita membaca dari kiri ke kanan, informasi yang penting seharusnya ditempatkan pada sisi kiri layar untuk memastikan berita/artikel terpenting dibaca terlebih dahulu oleh pengakses *website*.

4. *Use of colour* (pewarnaan)

Penggunaan warna menjadi penting karena bukan hanya mempengaruhi lama loading, melainkan juga merepresentasikan sebuah organisasi. Selain itu juga penggunaan warna harus mempertimbangkan kontras antara tulisan dan warna dasar *website*.

5. *Ease of Use* (mudah penggunaan)

Informasi dalam *website* harus siap tersedia dan ditempatkan dalam urutan logis. *Hyperlinks* harus akurat dan ditandai secara jelas. Setiap level dalam *website* seharusnya memungkinkan pengakses untuk kembali lagi pada level sebelumnya dan melangkah ke level berikutnya (*previous and forward level*). Pengakses juga bisa kembali ke *homepage*. Pengakses bisa frustrasi jika tidak bisa kembali ke *homepage* dan harus mengulang dari awal lagi.

6. *Purpose* (tujuan)

Tujuan *website* akan menentukan kuantitas dan tipe informasi di dalamnya. *Website* biasanya dibagi dalam 3 kategori:

- a. *Presence model*, digunakan sebagai alat promosi dan digunakan untuk memperlihatkan bahwa *progress* suatu *website*,
- b. *Informational model*, dipenuhi dengan beragam materi pesan, termasuk informasi untuk pers.
- c. *E-commerce model*, apabila untuk keperluan *profit*, maka *website* ini dapat digunakan untuk menjaga penjualan. Jika

digunakan oleh organisasi *nonprofit* maka lebih digunakan untuk memberikan *update* secara cepat dan memelihara inventaris berupa hubungan secara *online*.

2. Citra

Jefkins menyebutkan bahwa “*an image is impression gained according to knowledge and understanding of facts. Wrong or incomplete can result in imperfect image*” (Ardianto, 2010: 98) atau citra adalah kesan seseorang atau individu berdasarkan pengetahuan dan pengalaman, yang apabila terdapat kesalahan akan berdampak pada ketidaksempurnaan citra.

Sutisna dalam Ardianto (2010: 99) mengemukakan bahwa *image* adalah realitas. Oleh karena itu, program pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realitas. Jika citra tidak sesuai dengan realitas dan kinerja kita tidak baik, itu adalah kesalahan kita dalam berkomunikasi. Jika citra sesuai dengan realitas dan merefleksikan kinerja yang buruk, itu berarti kesalahan kita dalam mengelola organisasi.

Citra menurut Kottler dalam Nova (2011: 298) adalah “persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan.” Citra mencerminkan pemikiran, emosi dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui. Terkadang persepsi diyakini sebagai realitas karena persepsi membentuk citra.

Dari beberapa definisi citra di atas, dapat diketahui bahwa citra adalah gambaran/pandangan seseorang terhadap sebuah lembaga/perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan kesan baik dari publik internal maupun publik

eksternal. Karenanya untuk mendapatkan citra yang diinginkan oleh manajemen perusahaan, menurut Kottler dalam Wasesa (2006: 14) ada tiga proses seleksi ketika seseorang mempersepsikan sesuatu:

1. *Selective attention*, dimana seseorang akan mempersepsikan sesuatu berdasarkan perhatiannya. dalam hal ini *Public Relations* harus mampu menciptakan informasi sesuai kebutuhan media massa dan mampu menarik perhatian target audiens.
2. *Selective distortion*, dimana ada kecenderungan seseorang untuk memilah – milah informasi berdasarkan kepentingan pribadinya dan menerjemahkan informasi berdasarkan pola pikir sebelumnya yang berkaitan dengan informasi tersebut.
3. *Selective retentions*, dimana seseorang akan mudah mengingat informasi yang diberikan secara berulang – ulang, maka *Public Relations* dalam hal ini dituntut untuk mampu membuat informasi yang tidak membosankan meskipun disampaikan berulang – ulang.

Dengan demikian, seberapa jauh citra akan terbentuk sepenuhnya ditentukan oleh bagaimana PR mampu membangun persepsi yang didasarkan pada realitas yang terjadi (Wasesa, 2006: 55)

Citra perusahaan merupakan akumulasi dari berbagai dimensi citra, yaitu citra produk, citra Sumber Daya Manusia (SDM), *financial performance*, penguasaan pangsa pasar (*market share*) dan juga *corporate culture* (budaya perusahaan) yang ada dalam perusahaan (Nova, 2011: 300).

Ada beberapa jenis citra menurut Jefkins dalam Ardianto (2010: 100), diantaranya:

1. Citra bayangan (*mirror image*), yaitu citra yang melekat pada orang dalam atau organisasi, biasanya adalah pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Atau bisa dikatakan citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*), ini adalah kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak – pihak luar mengenai suatu organisasi. Sama halnya dengan citra bayangan, citra tidak berlaku selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata – mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang – orang luar yang biasanya serba terbatas.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*), adalah citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu, citra yang terlalu baik juga bisa merepotkan.
4. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah citra organisasi secara keseluruhan. Citra ini terbentuk bukan sekedar citra atas produk atau pelayanannya, tetapi dari banyak hal seperti sejarah atau riwayat hidup

perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas keuangan, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dan lain – lain.

5. Citra majemuk (*multiple images*). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan bisa dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimiliki. Proses pembentukan citra menurut Hawkins et al (2000: 55) terjadi melalui lima tahap sebagai berikut:

Bagan 2.
Proses Terbentuknya Citra Perusahaan



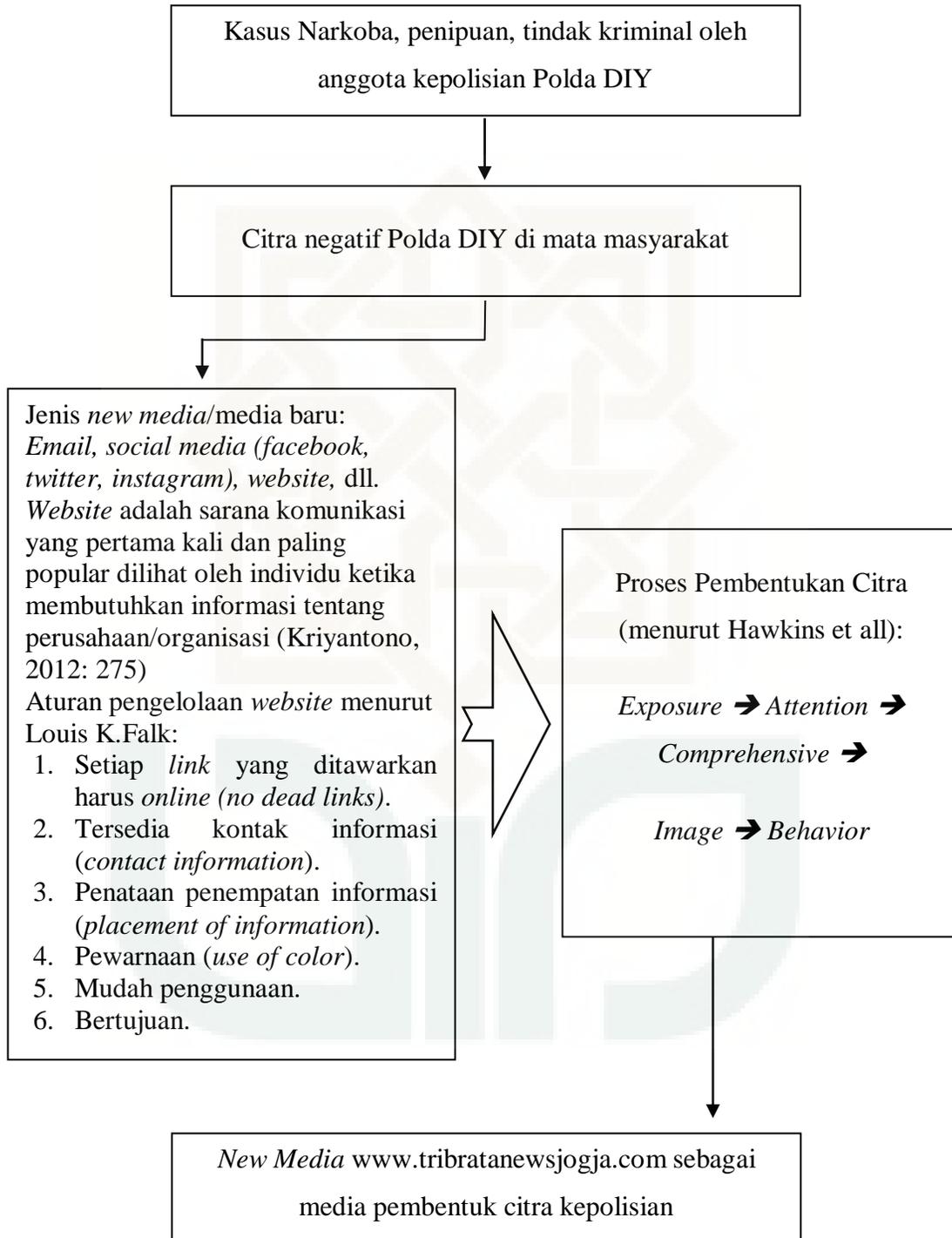
Sumber: Hawkins et al (2000: 55)

Penjelasan dari kelima tahap tersebut adalah:

1. *Exposure*, mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan.
2. *Attention*, memperhatikan upaya perusahaan tersebut.
3. *Comprehensive*, mencoba memahami semua upaya yang dilakukan perusahaan.
4. *Image*, terbentuknya citra perusahaan.
5. *Behavior*, citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan.

F. Kerangka Berpikir

Bagan 3.
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dengan model format deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metodologi kualitatif memandang bahwa prosedur riset atau tahapan riset berisi upaya dialektikal dan partisipatif antara periset dan realitas (Kriyantono, 2012: 46). Menurut Burhan Bungin dalam bukunya Penelitian Kualitatif Edisi Kedua, “penelitian dengan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan berbagai kondisi, situasi atau fenomena realitas sosial di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai ciri tentang situasi atau fenomena tertentu” (Bungin, 2007: 68).

Alasan peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui secara mendalam tentang pengelolaan *New Media website* www.tribratanewsjogja.com dalam pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta oleh Bidang Humas Polda DIY. Menurut peneliti, penelitian dengan jenis dan format seperti ini akan mendapatkan hasil yang mendalam dan hasil yang absah karena telah melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi dan triangulasi data.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah siapa yang akan menjadi informan atau orang yang akan diwawancarai. “Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian” (Bungin. 2007: 78). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, subjek riset atau informan tidak terlalu besar jumlahnya (Kriyantono, 2012: 46), maka peneliti menetapkan informan untuk diwawancarai yakni:

Tabel 1.
Informan Penelitian

No.	Informan Penelitian	Jumlah Informan
1.	Kepala Bidang Hubungan Masyarakat (Kabid Humas) Polda DIY	1
2.	Kepala Subbidang Penerangan Masyarakat (Kasubbid Penmas) Bidang Humas Polda DIY	1
3.	Kepala Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Kasubbid PID) Bidang Humas Polda DIY	1
4	Anggota PID Bidang Humas Polda DIY	1
Keseluruhan Jumlah Informan		4

(Sumber: olahan peneliti)

b. **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah fokus masalah yang nantinya akan dicari jawabannya. Oleh karena itu yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengelolaan *New Media website* www.tribratanewsjogja.com yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY dalam proses pembentukan citra Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

a. **Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dapat diperoleh melalui observasi dan wawancara. Sementara untuk data sekunder, yang digunakan yaitu studi dokumen berupa majalah internal, foto, dan dokumentasi kegiatan.

b. **Teknik Pengumpulan Data**

1. **Observasi**

Merupakan pelacakan secara sistematis dan langsung gejala – gejala komunikasi terkait dengan persoalan sosial, politis dan kultural masyarakat (Pawito, 2007: 111).

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengambilan data yang sangat sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara periset dan informan. Wawancara kualitatif biasanya tidak terstruktur dan biasanya memerlukan kedekatan antar periset dan informan agar lebih luwes dalam menyampaikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.

3. Studi Dokumen

Studi dokumen dilakukan dengan menganalisis dokumen – dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti majalah internal, berita – berita di media, buku, regulasi pemerintah, dan artikel – artikel dari internet.

4. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah menganalisis data. Dalam proses analisis data secara keseluruhan melibatkan pemaknaan data teks maupun gambar. “Yang diperlukan ketika analisis data yaitu mempersiapkan data untuk dianalisis, memperdalam pemahaman terhadap data tersebut, menyajikan data dan membuat interpretasi makna yang lebih luas akan data tersebut” (Creswell, 2013: 274).

Analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis (Nasution dalam Ardianto (2010: 216)). Miles dan

Huberman dalam Afrizal (2014: 178) membagi analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Mereduksi data.

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang rinci. Laporan – laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal – hal yang pokok, difokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema atau polanya. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti mencari kembali data bila diperlukan. (Ardianto, 2010: 216)

2. Menyajikan data.

Tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian, yang merupakan temuan penelitian.

3. Menarik kesimpulan/verifikasi.

Tahap menarik kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses coding dan penyajian data ini dilakukan untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014: 178).

5. Metode Keabsahan Data

Setelah melakukan analisis data, tahap selanjutnya adalah menguji keabsahan data yang telah diambil dan dianalisis sebelumnya. Dalam hal ini metode keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi, yaitu menganalisis jawaban informan dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia (Kriyantono, 2012: 148). Triangulasi juga merupakan cara paling mudah untuk uji keabsahan hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Menurut Moleong (2006) dalam Bungin (2007: 265), triangulasi sumber data memberi kesempatan untuk melakukan hal sebagai berikut: (1) penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden, (2) mengoreksi kekeliruan oleh sumber data, (3) menyediakan tambahan informasi secara sukarela, (4) memasukkan informan dalam kancah penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengikhtisarkan sebagai langkah awal analisis data, dan (5) menilai kecukupan menyeluruh data yang dikumpulkan.

Untuk mencapai keabsahan data, peneliti akan melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara,

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi,
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu,
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan,
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2010: 178).

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian tentang pengelolaan *new media* dalam pembentukan citra di Bidang Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengelolaan *new media* yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY dalam membentuk citra Polda DIY sudah sedikit banyak sesuai antara teori dengan praktik di lapangan, meskipun masih perlu banyak perbaikan agar *new media website* www.tribratanewsjogja.com ini dapat terus eksis dan semakin maksimal ke depannya.

Pengelolaan *new media* yang digunakan oleh Polda DIY ini meskipun menurut Bidang Humas telah mampu membantu pembentukan citra sesuai yang diinginkan oleh Bidang Humas Polda DIY. Pada kenyataannya masyarakat yang mengunjungi/mengakses *website* tersebut masih merasa banyak kekurangan dalam pengelolaan *website* yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY.

B. Rekomendasi dan Saran

Sebagai instansi pemerintahan yang bertugas di bidang keamanan dan ketertiban, Polda DIY memiliki peranan yang penting bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Selama melakukan penelitian di Bidang Humas Polda DIY banyak pengetahuan dan hal – hal yang baru peneliti ketahui dan dapat menambah wawasan. Bidang Humas Polda DIY sebaiknya memaksimalkan fungsi humas, karena di era modern ini, humas memegang peranan penting bagi sebuah instansi. Humas adalah wajah dari suatu instansi/perusahaan, maka perlu adanya dukungan dari pemimpin dan semua anggota/pegawai Polda DIY agar Bidang Humas dapat menjadi cerminan suatu instansi.

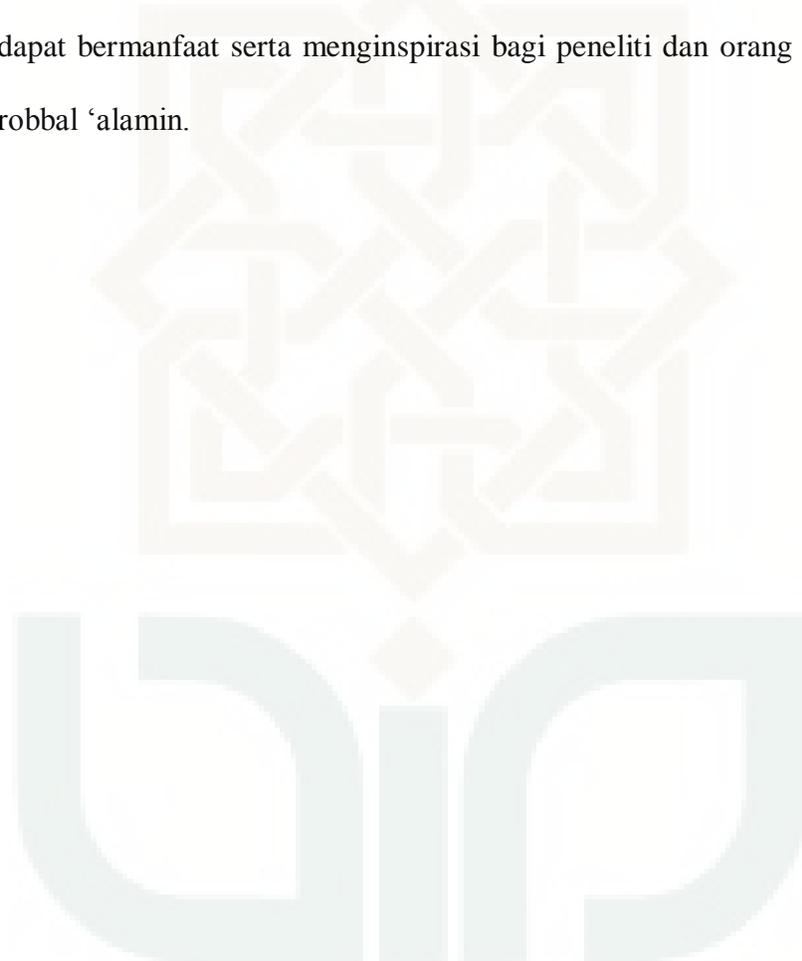
Untuk pengelolaan *website* www.tribratanewsjogja.com juga harus dimaksimalkan *maintenance*-nya agar tidak hanya sekedar menggugurkan tugas, tetapi harus serius dalam mengelolanya, termasuk meningkatkan kemampuan jurnalistik anggota Bidhumas, meningkatkan kemampuan IT, meningkatkan kesadaran untuk mau membangun dan berupaya lebih agar masyarakat tidak memandang sebelah mata kepada instansi kepolisian.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah swt, karena berkat pertolongan-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam penulisan

skripsi ini peneliti telah berusaha dengan segala kemampuan yang dimiliki. Peneliti menyadari bahwa keterbatasan dan kemampuan penulis, membuat penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kesalahan dan kekurangan.

Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga tulisan sederhana ini dapat bermanfaat serta menginspirasi bagi peneliti dan orang lain. Amin yaa robbal 'alamin.



DAFTAR PUSTAKA

Kitab:

Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2006. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Revisi Terjemah oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: Syaamil Al-Qur'an

Buku:

Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana

Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press

Creswell, John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Edisi Ketiga*. Jakarta. Pustaka Pelajar

Falk, K. Louis. 2000. *The Public Relations Strategist*. Winter

Hawkins, D. I. et al. 2000. *Consumer Behavior: Building Market Strategy 8th Edition*. Boston: Mc Graw Hill

Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Public Relations Writing Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana

Kriyantono Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations Strategi Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Onggo, Julius Bob. 2004. *E-Public Relations: Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Panduan Skripsi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 2013
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2012. *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya
- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wasesa, Silih Agung. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Skripsi:**
- Ambarwati, Kirana. 2009. *Skripsi Peran dan Strategi Public Relations dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Adisutjipto)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Shauman Awalidin Suriadi, Muhammad. 2013. *Skripsi Membangun Citra Polisi dalam Penanggulangan Tindak Pidana Pelanggaran Lalu Lintas di Polres Wajo*. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Windyaningrum, Rachmawati. 2011. *Penggunaan Website Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jawa Barat <http://dprd.jabarprov.go.id> dalam Penyampaian Informasi di Kalangan Wartawan (Studi kasus Public*

Relations On The Net Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat dalam Penyampaian Informasi di Kalangan Wartawan). Bandung: Universitas Komputer Indonesia

Internet:

news.liputan6.com/read/2267010/kapolda-metro-kepercayaan-publik-pada-polisi-menurun. Diakses pada 24 Februari 2016 pukul 11.35 WIB

www.merdeka.com/peristiwa/survei-tii-citra-poisi-buruk-dan-korup-di-mata-anak-muda.html. Diakses pada 24 Februari 2016 pukul 11.49 WIB

www.sinarharapan.co/news/read/150819084/kasus-moge-ujian-citra-polisi. Diakses pada 25 Februari 2016 pukul 13.55 WIB

www.tempo.co/read/kolom/2012/01/26/522/sengkarut-citra-kepolisian. Diakses pada 25 Februari 2016 pukul 20.15 WIB

www.radarjogja.co.id/blog/2015/07/28/mantan-waka-rs-bhayangkara-calo-penerimaan-polisi-dibekuk. Diakses pada 4 April 2016 pukul 20.12 WIB

www.tribunnews.com/regional/2015/07/09/bila-brigadir-tony-terbukti-bersalah-bakal-diberikan-sanksi. Diakses pada 4 April 2016 pukul 20.16 WIB

www.tempo.co/read/new/2015/08/16/058692375/elanto-penghadang-moge-kenegaraan-apa-ini-acara-hura-hura. Diakses pada 4 April 2016 pukul 20.19 WIB

www.tribunnews.com/regional/2016/01/03/22-polisi-jambi-terjerat-kasus-narkoba. Diakses pada 5 April 2016 pukul 07.59 WIB

www.liputan6.com/news/read/2246447/193-polisi-polda-riau-terjerat-berbagai-kasus-selama-2015. Diakses pada 5 April 2015 pukul 08.01 WIB

<http://oeconomicus.files.wordpress.com>. Diakses pada 11 April 2016 pukul 16.34 WIB

ediscetak.joglosemar.co/berita/kpk-hakim-polisi-jaksa-kompak-manipulasi-hukum-38690.html. Diakses pada 3 Mei 2016 pukul 07.43 WIB

tempo.co/read/news/2014/11/27/027624959/59-persen-pengguna-internet-akses-via-smartphone. Diakses pada 9 Mei 2016 pukul 08.51 WIB

LAMPIRAN
INTERVIEW GUIDE

Assalamualaikum wr.wb

Saya Nurhadiani Gusmi, mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 12730018 akan melakukan wawancara dengan Ibu AKBP Hj. Anny Pudjiastuti, S.Sos, M.Si selaku Kabid Humas Polda DIY, Kasubbid Penmas Ibu Kompol Sri Sumarsih, Bapak Kompol Prastowo selaku Kasubbid PID (Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi) dan anggota Subbid PID Bidang Humas Polda DIY untuk penelitian saya yang berjudul “Pengelolaan New Media dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bidang Humas Polda DIY dalam Pengelolaan *Website* www.tribratanewsjogja.com)”. Maka saya mohon kesediaannya untuk mejadi informan dan diwawancarai untuk kepentingan penelitian ini yang diharapkan nantinya diharapkan dapat berguna bagi akademis, praktis, dan juga kemajuan Bidang Humas Polda DIY. Terima kasih dan wassalamualaikum wr.wb

Pertanyaan Gambaran Umum

1. Apa latar belakang terbentuknya Bidang Humas Polda DIY?
2. Sejak kapan Bidang Humas Polda DIY terbentuk?
3. Apa fungsi dan tujuan dibentuknya Bidang Humas Polda DIY?
4. Bagaimana posisi Bidang Humas Polda DIY dalam struktur organisasi Polda DIY?
5. Apakah ada koordinasi dengan bagian lain dalam pelaksanaan peran dan tanggung jawab di Polda DIY?
6. Media apa sajakah yang digunakan oleh Bidang Humas Polda DIY dalam memberikan informasi/himbauan kepada masyarakat dan juga pembentukan citra?
7. Apakah *new media website* www.tribratanewsjogja.com merupakan salah satu media untuk membentuk citra Polda DIY?

Pengelolaan *New Media*

1. Setiap *link* yang ditawarkan harus *online (no dead links)*
 - a. Apakah ada *link* yang tersambung dengan *website* www.tribratanewsjogja.com?
 - b. *Link* apa saja yang tersambung dengan *website* www.tribratanewsjogja.com?
 - c. Apakah *link* yang tersambung tersebut masih aktif dan bisa diakses?
2. Tersedia kontak informasi
 - a. Apakah pada *website* www.tribratanewsjogja.com terdapat kontak informasi tentang Polda DIY? Kontak apa saja yang terdapat di *website* www.tribratanewsjogja.com?
 - b. Apa yang harus dilakukan oleh pengunjung/pengakses untuk mendapatkan informasi lebih (informasi yang tidak terdapat di *website* www.tribratanewsjogja.com)?

- c. Apakah Bidang Humas Polda DIY selalu memberikan permintaan tentang informasi yang diajukan oleh pengunjung *website* www.tribratanewsjogja.com?
3. Penataan penempatan informasi (*placement of information*)
 - a. Bagaimana mengatur penempatan informasi yang terdapat di *website* www.tribratanewsjogja.com?
 - b. Apakah terdapat perbedaan letak informasi ketika diakses melalui *smartphone* dan komputer?
 - c. Menurut teori pengelolaan *website* menurut Louis K. Falk, informasi yang penting seharusnya ditempatkan pada sisi kiri layar. Apakah informasi penting seperti *headline* sudah ditempatkan pada sisi kiri layar *website* www.tribratanewsjogja.com?
4. Pewarnaan (*use of color*)
 - a. Apakah pewarnaan yang menonjol yang digunakan oleh *website* www.tribratanewsjogja.com?
 - b. Apakah warna kontras antara tulisan dengan *background* yang digunakan oleh *website* www.tribratanewsjogja.com dapat dengan mudah dibaca oleh pengakses?
 - c. Apakah kiat yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda DIY dalam memberikan penataan informasi di *website* www.tribratanewsjogja.com agar lebih menarik minat pengunjung/pengakses *website*?
5. Mudah penggunaan
 - a. Apakah informasi yang terdapat pada *website* www.tribratanewsjogja.com ditempatkan dalam urutan tertentu sehingga bisa memudahkan pengakses?
 - b. Apakah setiap menu yang ada di *website* www.tribratanewsjogja.com sudah berfungsi maksimal?
 - c. Apakah *website* www.tribratanewsjogja.com dapat diakses melalui *smartphone* dengan mudah?
6. Bertujuan
 - a. Apakah tujuan pembuatan *website* www.tribratanewsjogja.com?

- b. Apakah *website* www.tribratanewsjogja.com digunakan sebagai alat promosi, dan dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh pers?
- c. Apakah *website* www.tribratanewsjogja.com digunakan untuk meningkatkan layanan kepada masyarakat?

Proses Pembentukan Citra

1. *Exposure*

- a. Apa latar belakang pembuatan *website* www.tribratanewsjogja.com?
- b. Apakah Bidang Humas sudah mensosialisasikan *website* www.tribratanewsjogja.com kepada masyarakat, khususnya masyarakat Jogja?
- c. Apa upaya dari Bidang Humas melalui *website* www.tribratanewsjogja.com dalam membentuk citra Polda DIY?

2. *Attention*

- a. Menurut pendapat anda, seberapa penting keberadaan *website* www.tribratanewsjogja.com bagi Polda DIY?
- b. Apakah keberadaan *website* www.tribratanewsjogja.com berdampak baik bagi citra Polda DIY?
- c. Apakah ada perhatian (*attention*) yang ditunjukkan oleh pengunjung/pengakses *website* www.tribratanewsjogja.com?

3. *Comprehensive*

- a. Apakah anda paham dengan keinginan masyarakat dalam mengakses *website* www.tribratanewsjogja.com?
- b. Apakah dengan adanya *website* www.tribratanewsjogja.com banyak pengunjung yang merespon positif/negatif terkait dengan citra Polda DIY?
- c. Kalau ada, seperti apa?

4. *Image*

- a. Apakah dengan adanya *website* www.tribratanewsjogja.com telah membentuk citra Polda DIY?

- b. Kalau sudah, citra seperti apakah yang terbentuk?
- c. Apakah sudah sesuai dengan visi dan misi Polda DIY?

5. *Behavior*

- a. Bagaimana respon pengunjung *website* www.tribratanewsjogja.com?
- b. Apakah dengan adanya *website* www.tribratanewsjogja.com membantu membentuk citra Polda DIY?
- c. Apakah dengan citra Polda DIY yang sudah terbentuk menentukan perilaku pengunjung ketika mengunjungi/mengakses *website* www.tribratanewsjogja.com?



CURRICULUM VITAE

Nama lengkap : Nurhadiani Gusmi
Tempat & Tanggal lahir : Balikpapan, 28 Februari 1995
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dogongan Kringinan RT 003/009 Tirtomartani, Kalasan,
Sleman, Yogyakarta
TB/BB : 160cm/48kg
Golongan Darah : A
Kesehatan : Sangat baik
Email : nurhadianigusmii@gmail.com
Telepon : 0812 1567 6490

✚ 2012-sekarang : Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
UIN Sunan Kalijaga
✚ 2012 : SMA Negeri 1 Kalasan, Sleman, Yogyakarta
✚ 2009 : SMP Negeri 7 Balikpapan, Kalimantan Timur
✚ 2006 : SD Utama Nunukan, Kalimantan Utara

✚ Volunteer Hoshizora Foundation (2016)
✚ Pelangi Event Organizer (2015)
✚ Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) (2014-sekarang)
✚ Blue Sky Event Organizer (2014)
✚ Forum Komunitas Komunikasi (FOKASI) (2013-2015)
✚ Bingkai Fotografi (2012-2013)