

**BAB IV**  
**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLDA JATIM DALAM**  
**MENANGANI PEMBERITAAN *HOAX* DI MEDIA SOSIAL**  
**(PEMBAHASAN)**

Pada bab ini peneliti akan membahas sajian data hasil penelitian yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Sajian hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* pada media sosial dipaparkan secara diskriptif dengan mengetengahkan data primer maupun sekunder yang relevan dengan isu yang diangkat dalam penelitian ini.

Strategi komunikasi yang digunakan peneliti sebagai alat dalam membahas masalah yang dikaji menggunakan konsep strategi sebagaimana yang dikemukakan oleh Middleton. Menurut Middleton (1980) strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Mendasarkan pada pandangan ini peneliti melakukan analisis ataupun pembahasan dari sajian hasil penelitian dengan melihatnya dari masing-masing unsur strategi komunikasi sebagai berikut.

**4.1 Analisis Tentang Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim dalam Penanganan *Hoax* di Media Sosial**

**4.1.1 Analisis Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim dalam Penanganan *Hoax* di Media Sosial dari Elemen Komunikator**

Dalam menjelaskan analisis ini, peneliti akan melihat dan menempatkan sosok Humas Polda Jatim ini sebagai komunikator dalam proses penanganan

pemberitaan *hoax* di media sosial. Tentu komunikator yang dimaksud di sini bukan tunggal tapi meliputi individu-individu yang ada di bagian Humas. Sesuai dengan operasionalisasi konsep yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya analisis elemen komunikator ini akan membahas mengenai kredibilitas atau kapabilitas komunikator dalam proses komunikasi dan bagaimana komunikasi dilakukan.

Humas Polda Jatim sebagai komunikator adalah merupakan salah satu elemen dari elemen-elemen komunikasi. Dalam suatu proses komunikasi Humas Polda Jatim dapat dipahami sebagai pihak yang membawa dan menyampaikan pesan. Fungsi ini menempatkan, Humas Polda Jatim sebagai sosok yang memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam pengelolaan informasi baik untuk kepentingan organisasi maupun khalayak/masyarakat sebagai komunikan. Hal ini seperti dikemukakan oleh Effendy (2003;35) bahwa aspek kredibilitas komunikator merupakan aspek mendukung dan menghambat strategi komunikasi. Pendapat ini tentu memiliki makna bahwa jika komunikator sebagai elemen komunikasi memiliki kredibilitas yang baik, maka hal ini dapat mendukung strategi komunikasi dan begitu sebaliknya.

Humas Polda Jatim dalam pelaksanaan tugasnya menunjukkan kelembagaan yang memiliki kredibilitas yang baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari penghargaan yang pernah diraihinya yaitu sebagai juara pertama Humas terbaik di Indonesia berturut-turut sejak tahun 2012 dan 2013. Kredibilitas Humas Polda Jatim dalam konteks penelitian ini ditunjukkan dalam unjuk kerjanya dalam penanganan pemberitaan *hoax*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan melalui

media sosial Humas Polda Jatim yaitu “Nitizen Polda Jatim” terkait dengan pemberitaan Pembuatan SIM Kolektif dan diduga kuat informasi tersebut mengandung unsur kebohongan, tidaklah ditanggapi secara gegabah melainkan dilalui dengan proses *recheck* dan *crosscheck* melalui sumber-sumber informasi yang dapat dipercaya. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim dalam rangka untuk memahami atas substansi informasi yang masuk itu benar atau tidak diantaranya dilakukan dengan melihat ketentuan atau peraturan yang ada. Menyaring, mencermati informasi yang ada melalui ketentuan ini akan menghasilkan input yang sangat berharga bagi Humas dalam rangka untuk membuat *feedback* atau respon selanjutnya. Melalui proses ini Humas Polda Jatim mampu memberikan umpan balik informasi dengan baik, akurat dan dapat dipercaya.

Sumber lainnya yang digunakan Humas Polda Jatim dalam menyaring kebenaran atas pemberitaan yang diduga *hoax* adalah dengan cek lokasi. Konteks tempat ini penting untuk dicocokkan kebenaran dari informasi yang dimaksud dalam pemberitaan pembuatan SIM kolektif. Hal ini juga menjadi bagian yang penting bagi Humas Polda Jatim sebagai masukan informasi yang berharga dalam rangka membuat informasi yang akurat sebagai umpan balik atas informasi/pemberitaan *hoax* yang beredar.

Kredibilitas Humas Polda Jatim lainnya yang menjadi temuan hasil penelitian adalah kemampuannya dalam hal mengemas pesan umpan balik yang disampaikan. Humas Polda Jatim mampu mengemas isi pesan melalui upaya penyesuaian isi pesan yang cocok untuk masyarakat pengguna media sosial. Hal

ini penting untuk dilakukan agar penerimaan pesan yang disampaikan Humas polda Jatim jauh lebih dapat dipahami dan diterima. Karena penyampaian pesan melalui media sosial ini akan berbeda dengan penyampaian pesan komunikasi secara langsung. Hal lain terkait dengan kemampuan Humas Polda Jatim dalam mengemas pesan yang disampaikan sebagai umpan balik atas informasi pemberitaan yang bohong adalah dengan memberikan *Watermark Hoax*. Tentu hal ini merupakan inovasi yang dilakukan Humas Polda Jatim untuk lebih memberikan tingkat kepercayaan masyarakat pengguna media sosial yang tinggi atas pemberitaan *hoax* yang beredar.

**Be Smart Netizen**

Telah beredar informasi di Media Sosial dan Whatsapp tentang pembuatan SIM secara Kolektif hanya datang, lalu foto, dan tanpa tes yang diselenggarakan di Samsat setiap kabupaten/kota di seluruh Indonesia

Informasi tersebut tidak benar / HOAX.

Be smart Netizen  
#BeSmartNetizen

humaspoldajatim • Follow

humaspoldajatim Selamat sore mitra humas, berita tentang pembuatan SIM secara Kolektif hanya datang, lalu foto, dan tanpa tes yg diselenggarakan di samsat seluruh Indonesia adalah HOAX.

Be a smart netizen ya 😊

#LH87  
#bagimunegeri  
gabriela\_crime011 February tanggalnya sampai 28  
agung\_putra\_14 Wkwk seng percaya kebangetan, wkwk febuari cuman 28 hari wkwk  
fahrychi Siap ndan.  
Masa bikin sim di Kantor Samsat.  
Februari thn ini juga hanya sampe tgl 28 😊

146 likes  
FEBRUARY 8

Log in to like or comment.

Info Pembuatan SIM Kolektif

Kabar gembira buat teman-teman yang belum memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM).

Akan diadakan pembuatan SIM secara Kolektif hanya datang, lalu foto, dan tanpa tes. Kegiatan akan dilaksanakan pada:

Hari : Sabtu  
Tanggal : 25 Februari 2015  
Jam : 07.30 s/d Selesai  
Tempat : Halaman Samsat setiap kabupaten/kota di seluruh Indonesia

Persyaratan :

1. Fotokopi KTP asli (di bawa)
2. Kartu keluarga resmi KTP Sementara harus ada Kartu Keluarga
3. Surat Keterangan Sehat dari Puskesmas
4. Surat Keterangan dari Kelurahan dan Kecamatan setempat

Biaya Pembuatan SIM:  
Sim B = Rp 190.000,-  
Sim A = Rp 150.000,-  
Sim C = Rp 90.000,-

Pembuatan SIM ini berlaku untuk semua alamat KTP di seluruh wilayah Indonesia.

Pelaksanaan pembuatan SIM akan dilakukan di Halaman samsat setiap kabupaten/kota seluruh Indonesia

Demikian dan terima kasih. 🙏🙏

Silahkan dishare, barangkali ada yang sedang membutuhkan. 🙏🙏

f Humas Polda Jatim @humaspoldajatim Humas Polda Jatim Bidhumas Poldajatim

Aspek lain dari elemen komunikator yang dapat dianalisis dari temuan hasil penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial. Terdapat pilihan strategi

komunikasi yang dapat digunakan dalam praktek organisasi yang bisa dilakukan bagian humas dalam pengelolaan informasi maupun dalam penanganan masalah organisasi.

Dalam komunikasi yang menjadi pusat perhatian adalah persolan informasi yang diolah dan disebarluaskan. Informasi inilah yang sesungguhnya dikomunikasikan ke segenap publik dari organisasi yang bersangkutan. Dalam kaitan dengan kasus yang menjadi isu penelitian ini adalah informasi/ pemberitaan mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes. Dari temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda Jatim dalam penanganan informasi yang diduga merupakan pemberitaan *hoax* tersebut, dalam penanganannya tidak dilakukan sendirian melainkan melibatkan pihak lain baik secara internal maupun eksternal.

Secara internal pihak Humas Polda Jatim menyampaikan informasi pemberitaan tersebut (koordinasi) kepada pihak Direktorat Intelejen Keamanan Polda Jatim (Ditintelkam) untuk dilakukan analisis data dengan tujuan untuk melihat sejauh mana tindak kejahatan *cyber* itu berjalan dan memprediksi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi. Disamping itu informasi pemberitaan tersebut juga disampaikan secara langsung dengan mendatangi pihak kepolisian setempat dimana eksekusi mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes itu dilaksanakan. Namun jika tempat kejadian perkara jauh dari jangkauan dan tidak memungkinkan untuk menyampaikan informasi secara langsung, maka penyampaian informasi itu dilakukan kontak pribadi melalui telepon. Sedangkan secara eksternal pihak Humas Polda Jatim juga menyampaikan

informasi/pemberitaan yang diduga *hoax* tersebut dengan mitra kerjasama seperti dengan Mafindo. Berdasarkan pada temuan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Humas Polda Jatim baik secara internal maupun eksternal dilihat dari tipe aliran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi horizontal. Karena model komunikasi yang dilakukan pada level organisasi yang setara, dimana komunikasi ini dilakukan dalam rangka penanganan masalah *hoax*. Terkait dengan model komunikasi yang digunakan Humas Polda Jatim ini, dari sudut pandang teori Pace & Faules (1998) menyebutkan ada beberapa model proses transfer informasi dalam komunikasi organisasi. Model yang dominan muncul adalah *top-down*, *bottom-up*, horizontal, dan lintas saluran. Keempat model tersebut berlaku bagi komunikasi internal dalam suatu perusahaan. Mendasarkan pendapat ini memberikan kejelasan bahwa apa yang dilakukan Humas Polda Jatim melalui penggunaan komunikasi horizontal itu dilakukan dalam rangka penanganan pemberitaan *hoax* tentang pembuatan SIM kolektif tanpa tes. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan Ruliana (2014:107) yang mengatakan bahwa fungsi komunikasi horizontal ini adalah: a) Memperbaiki koordinasi; b) Upaya pemecahan masalah; c) Saling berbagi informasi; d) upaya pemecahan konflik; e) Membina hubungan melalui kerjasama.

Mendasarkan pada analisis di atas tentang strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media dilihat dari elemen komunikator, maka dapat dikatakan temuan hasil penelitian adalah bahwa:

*Strategi komunikasi Bidang Humas Kepolisian Daerah Jawa Timur dalam penanganan pemberitaan hoax melalui media sosial dilakukan dengan menunjukkan dirinya secara institusional sebagai institusi yang memiliki kredibilitas dalam berkomunikasi secara horizontal baik langsung maupun tidak langsung.*

#### **4.1.2 Analisis Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Penanganan Pemberitaan Hoax di Media Sosial dilihat dari Elemen Pesan Komunikasi**

Sesuai dengan fokus/sasaran kajian seperti yang dikemukakan dalam sub bab mengenai operasionalisasi konsep, maka strategi komunikasi dari elemen pesan komunikasi ini dianalisis mengenai komunikasi penyampaian pesannya dan komunikasi dengan memperhatikan bentuk pesannya. Analisis menyangkut aspek pesan ini dapat diperoleh dari temuan hasil penelitian terutama pada tahap “informasi valid” maupun tahap lainnya dalam proses penanganan pemberitaan *hoax* mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim.

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar hidup manusia. Melalui komunikasi seseorang dapat menetapkan sebuah keputusan, mengemukakan permasalahan, memecahkan masalah, memberikan informasi, melepaskan ketegangan, memberikan pengetahuan, dan menanamkan keyakinan. Pada umumnya, strategi komunikasi jika dilihat dari bentuk pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Bentuk lainnya jika pesan yang disampaikan tidak dapat menggunakan bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat

dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan, menunjukkan sikap tertentu komunikasi demikian disebut dengan komunikasi dengan bahasa non verbal. Dalam kaitan dengan temuan penelitian ini, strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim dilihat dari bentuk pesan yang disampaikan kepada khalayak dalam mengkomunikasikan sebagai *feedback* atas pemberitaan *hoax* mengenai pembuatan SIM tanpa tes dilakukan dengan menggunakan bahasa tulisan.

Pilihan Strategi komunikasi dari sisi bentuk pesan yang digunakan ini tentu bukan tanpa maksud. Tidak lain maksudnya adalah agar masyarakat atau khalayak yaitu pengguna media sosial tahu bahwa pemberitaan mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes tersebut adalah *hoax*. Pilihan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim melalui pesan dengan bahasa tulisan ini dimaksudkan agar masyarakat memahami pesan tersebut. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Littlejohn dan Karen A. Foss (2014:184) bahwa model pemilihan strategi menganggap bahwa pelaku komunikasi memilih strategi untuk mencapai tujuan komunikasi mereka. Dengan demikian pemilihan strategi komunikasi dari aspek bentuk pesan yang digunakan oleh Humas Polda Jatim yaitu pesan tulisan dianggap yang paling efektif. Pandangan yang memperkuat temuan penelitian atas pilihan strategi komunikasi yang digunakan dengan menggunakan bahasa tulisan ini dinyatakan oleh pakar komunikasi, Terkait dengan temuan penelitian ini pakar komunikasi mengatakan bahwa komunikasi tertulis biasanya hanya akan digunakan ketika sebuah informasi yang akan disampaikan memiliki nilai pesan atau nilai subjek yang sangat besar, banyak serta kompleks. Akibat dari nilai yang kompleks tersebutlah,



maka diperlukan sebuah tulisan untuk menjelaskan secara panjang dengan menggunakan beberapa bagan visualisasi pesan berupa angka, grafik, gambar, data, dan lain sebagainya. (PakarKomunikasi. Com. 2018). Masih terkait dengan pentingnya pemilihan bentuk pesan bagi efektifitas komunikasi yang dilakukan oleh komunikator; Mulyana (2004) mengatakan bahwa “Mengingat hal ini (pentingnya efektifitas komunikasi) maka yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bentuk pesan dan cara penyajian pesan termasuk penentuan saluran/media yang harus dilakukan oleh komunikator sebagai penyampai pesan. Lebih lanjut Mulyana (2004) menjelaskan bahwa ada dua prinsip dasar yang harus dipatuhi oleh para peserta komunikasi yaitu (1) peserta komunikasi seyogyanya menggunakan lambang-lambang verbal dan nonverbal yang mereka kenal dan pahami untuk menyampaikan maksud atau makna pesan komunikasinya, dan dalam keadaan normal mereka mesti menafsirkan setiap lambang dengan cara yang hampir sama pula; (2) dalam konteks komunikasi atasan-bawahan, atasan lebih berkewajiban untuk menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi bawahan dari pada sebaliknya.

Hal lain yang dapat dianalisis dari tahapan dalam proses penanganan *hoax* yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim adalah menyangkut isi pesan. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* tentang pembuatan SIM kolektif tanpa tes dilihat dari aspek pesan khususnya isi pesannya ditulis dalam bahasa yang sederhana dan mudah untuk dipahami. Dari aspek ini akan memberikan kemudahan bagi khalayak dalam memahami isi pesan tersebut. Komunikasi

melalui penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami ini dapat menciptakan kesepahaman dengan khalayak sebagai komunikan sehingga tercipta komunikasi yang baik dan efektif. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Siahaan (1991:73) bahwa untuk menciptakan komunikasi yang baik dan tepat antara komunikator dan komunikan, pesan harus disampaikan sebaik mungkin, hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyampaian pesan yaitu: 1) Pesan itu harus cukup jelas (*clear*). Bahasa yang mudah dipahami, tidak berbelit-belit tanpa denotasi yang menyimpang dan tuntas. 2) Pesan itu mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*). Pesan itu berdasarkan fakta, tidak mengada-ada dan tidak meragukan. 3) Pesan itu ringkas (*concise*) tanpa mengurangi arti sesungguhnya. 4) Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*). Ruang lingkup pesan mencakup bagian-bagian yang penting yang patut diketahui komunikan. 5) Pesan itu nyata (*concrete*), dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan data dan fakta yang ada dan tidak sekedar kabar angin. 6) Pesan itu lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis. 7) Pesan itu menarik dan meyakinkan (*convincing*). Menarik karena dengan dirinya sendiri menarik dan meyakinkan karena logis. 8) Pesan itu disampaikan dengan segar. 9) Nilai pesan itu sangat mantap, artinya isi di dalamnya tidak mengandung pertentangan antara bagian yang satu dengan yang lainnya.

Mendasarkan pada beberapa pendapat atas teori yang dikemukakan di atas, maka strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Polda Jatim dilihat dari aspek pesan dalam hal ini bentuk dan isinya dapat dikatakan sudah tepat. Strategi komunikasi dengan pilihan bentuk pesan dengan bahasa verbal dan dengan tulisan

yang sederhana, singkat dan tidak berbelit-belit ini dapat menghasilkan proses komunikasi yang efektif. Dengan komunikasi yang efektif ini besar kemungkinan penanganan masalah dapat diselesaikan dengan baik.

Masih pada aspek pesan yang dapat dianalisis dari temuan hasil penelitian bahwa isi/materi pesan terutama pada tahap “informasi valid” menunjukkan bahwa materi pesan pada informasi *feedback* yang disampaikan sifatnya adalah informatif. Dalam hal ini pesan informasi yang sudah melalui proses validasi dinformasikan kembali oleh Humas Polda Jatim kepada khalayak untuk bisa diketahui bahwa informasi dalam pemberitaan mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes yang beredar melalui facebook maupun WA tersebut adalah *hoax*. Apa yang dilakukan Humas Polda Jatim untuk memberikan informasi baik diminta maupun informasi yang sifatnya *feedback* yang memang penting untuk diketahui oleh masyarakat adalah merupakan sesuatu yang memang wajib untuk dilakukan; karena ini merupakan salah satu fungsi Humas. Hal ini mendukung pendapat Edward L. Berneys dalam Sari (2012:9) bahwa sedikitnya ada tiga macam fungsi *public relations*, yaitu :

1. Memberi informasi kepada masyarakat;

Informasi menjadi sangat penting ketika masyarakat membutuhkan pencerahan. Artinya dalam konteks penanganan *hoax* di media sosial harus ada petugas yang selalu siap dalam rangka melayani, memberikan klarifikasi berita yang dapat dipercaya kebenarannya.

2. Persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga, demi kepentingan dua belah pihak;

3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antara lembaga dengan sikap atau perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Berdasarkan pendapat Edward L. Berneys di atas, temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa tugas humas disamping menyampaikan pesan-pesan yang informatif juga menyampaikan pesan-pesan persuasif. Terkait dengan penyampaian pesan-pesan persuasif ini adalah merupakan bagian dari Strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim sebagai tindakan upaya pencegahan.

Strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penyampaian pesan-pesan persuasif ini bersifat edukatif; yaitu mendidik sekaligus mengajak masyarakat untuk menggunakan media sosial sebagai sarana menebar kebaikan dan bukan untuk sebaliknya. Penyampaian pesan persuasif dan edukatif ini disampaikan secara langsung dalam acara-acara forum resmi seperti pada acara seminar. Disamping itu juga disampaikan secara tidak langsung melalui bahasa tulisan yang dimuat dalam media sosial. Beberapa contoh diantaranya peneliti munculkan kembali dari temuan hasil penelitian mengenai ajakan Humas Polda Jatim kepada masyarakat menyikapi maraknya peredaran *hoax*

divisihumaspolri • Follow

divisihumaspolri • Halo Sobat Polri, Berikut Kami Sampaikan Beberapa Tips Anti Hoax :

1. Hati-hati dengan judul provokatif
2. Cermati alamat situs
3. Periksa Fakta
4. Cek keaslian foto
5. Ikut serta grup diskusi anti hoax

#satgasnusantara #pemilu2019 #pemilu2019amandamaisejuk @multimedia.humaspolri

378 likes  
JANUARY 16

Add a comment... Post

Adapun materi pesan yang terkandung di dalamnya dapat disajikan kembali beberapa diantaranya :

1. Hati-hati dengan judul provokatif
2. Cermati alamat situs
3. Periksa Fakta
4. Cek keaslian foto
5. Ikut serta grup diskusi anti *hoax*

Dalam materi tersebut, humas polda jatim juga mengajak untuk menjadi Pahlawan Anti *Hoax*, dengan beberapa cara seperti yang ada di bawah ini.

1. Tidak asal sharing konten dari sumber yang tidak jelas.
2. Selalu *check* and *recheck* kebenaran informasi suatu konten.
3. Membantu klarifikasi kebenaran atas konten *hoax*.
4. Menyebarkan / membuat konten positif agar suasana *timeline* medsos lebih damai.

Kutipan dari isi/materi pesan yang disampaikan tersebut adalah merupakan pesan-pesan persuasif dan edukatif. Pesan pesan persuasif dan edukatif ini menjadi salah satu alternatif usaha yang bertujuan untuk memberikan perubahan sikap kepada khalayak. Perubahan yang terjadi merupakan perubahan yang tidak dipaksakan, melainkan perubahan dari kehendak diri sendiri. Dengan demikian Polda Jatim sebagai institusi Kepolisian Daerah Jawa Timur yang bertugas dalam menjalankan keamanan di wilayahnya melalui bagian Humas memberikan terus menerus pesan

pesan perdamaian. Tindakan yang demikian ini kemudian dinilai sebagai suatu kepentingan kepolisian dalam menangani *hoax* di media sosial.

Mendasarkan pada analisis di atas tentang strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media dilihat dari elemen pesan, maka dapat dikatakan temuan hasil penelitian sebagai berikut:

*Strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan hoax melalui media sosial dilakukan melalui penyampaian pesan yang berbentuk verbal dan isi/materi pesan ditulis dalam bahasa yang mudah dipahami, dikomunikasikan melalui pendekatan persuasif dan edukatif.*

#### **4.1.3 Analisis Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Penanganan Pemberitaan Hoax di Media Sosial dilihat dari Elemen Media Komunikasi**

Sesuai dengan fokus/sasaran kajian seperti yang dikemukakan dalam sub bab mengenai operasionalisasi konsep, maka strategi komunikasi dari elemen media komunikasi menganalisis mengenai pemilihan media komunikasi atau saluran yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat yang disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai dan pesan yang akan disampaikan. Analisis ini dilakukan terhadap tahapan proses penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim, terutama tahapan-tahapan yang menyangkut elemen media komunikasi.

Sebelum analisis dilakukan perlu dikemukakan dulu pemahaman konsep media dalam pandangan teoritis karena hal ini melandasi peneliti dalam menggunakan

konsep media dalam penelitian ini. Menurut Cangara (2006:115) media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya misalnya dalam komunikasi antar pribadi, panca indera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat dan telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Dalam komunikasi massa, media massa adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam yaitu media cetak dan media elektronik. Selain media komunikasi tersebut, kegiatan dan tempat tertentu yang banyak ditemui dalam masyarakat pedesaan dapat juga dipandang sebagai media komunikasi sosial, misalnya rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat.

Dengan diberlakukannya Undang-undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, memberikan konsekuensi bagi lembaga publik untuk dapat memberikan maupun menerima informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan ketentuan itu Humas Polda Jatim sebagai satu lembaga yang berfungsi mengelola informasi di lingkungan Polda Jatim berusaha untuk memfasilitasi masyarakat agar mudah dalam mengakses kebutuhan informasi yang diperlukan disamping juga menjadi sarana yang mempermudah pihak institusi dalam menyampaikan maupun mencari informasi dari masyarakat.

Ditengah era komunikasi dan pertukaran informasi yang serba digital, Pemanfaatan media komunikasi *online* dalam proses *public relations* menjadi hal mutlak yang harus dilakukan. Salah satu langkah inovatif yang sudah dilakukan Bidang Humas Polda Jatim adalah membentuk *tim cyber troops* sebagai pendukung pengelolaan media sosial untuk menghadapi dan *meng-counter* serangan-serangan opini negatif yang terbentuk di masyarakat yang nantinya dikhawatirkan mengganggu jalannya harmonisasi kehidupan sosial lewat akun-akun resmi yang dimiliki Polda Jatim seperti *facebook, instagram, twitter* dan sebagainya. Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa akun-akun media sosial yang dimiliki Humas Polda Jatim tidak saja digunakan sebagai sarana dalam melakukan penelusuran pemberitaan yang diduga merupakan hoaks termasuk pemberitaan mengenai pembuatan SIM kolektif tanpa tes, tetapi juga digunakan dalam penyampaian klarifikasi informasi kepada khalayak.

Selanjutnya juga strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim melalui media sosial ini digunakan dalam kegiatan sosialisasi, edukasi kepada masyarakat. Media sosial menjadi pilihan strategi komunikasi yang digunakan sebagai sarana pemberian pengetahuan tentang *hoax* dan bahayanya, disamping juga ajakan kepada masyarakat untuk menggunakan media sosial itu secara bijak.

Pilihan strategi komunikasi Humas Polda Jatim melalui media sosial yang berbasis pada internet memang memiliki kelebihan diantaranya adalah sangat berguna untuk kelancaran humas dalam menjalankan tugas kehumasannya. Selain efisien dalam penggunaannya, menggunakan media sosial sangat cepat dalam hal



menyiarakan informasi. Terlebih jika di dalam media sosial tersebut banyak pengikut dan juga yang melihat, otomatis orang lain juga akan dapat terdampak informasi yang diberikan humas polda jatim. Artinya bahwa orang akan mengerti terhadap informasi yang sesungguhnya benar. Khalayak tidak lagi dipusingkan dengan perangkat televisi atau perangkat lain yang tidak bisa dijangkau, baik dalam segi dimensi, maupun berat. Cukup dengan ponsel yang dapat dibawa kemana-mana, khalayak luas dapat mengetahui informasi yang diperlukan. Sehingga Humas Polda Jatim bisa langsung tepat sasaran kepada khalayak luas yang pada saat itu tengah bingung dengan informasi yang simpang siur. Selain hal tersebut yang digunakan dalam menyebarkan pesan klarifikasi informasi, humas polda jatim juga menggunakan sebagai media *share* pengetahuan.

Media sosial menjadi sangat penting dalam kerja kehumasan di era keterbukaan informasi. Selain praktis dalam penggunaannya, *update* yang dapat diberikan juga sangat cepat dan juga dapat langsung berinteraksi 2 arah dengan masyarakat. Disamping itu dengan media ini akan menjangkau lingkungan yang lebih luas. Hal ini sebagaimana yang disinggung Dennis McQuil dalam Littlejohn (2014:407) yang menyatakan bahwa media (termasuk di dalamnya media massa) merupakan jendela (*windows*) yang memungkinkan kita untuk melihat lingkungan lebih jauh. Tidak hanya itu, media sosial dalam pemanfaatannya jauh lebih efektif dan efisien. Temuan hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Effendy (1984:41) bahwa untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan

dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu, tidak dapat ditegaskan dengan pasti, sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Mendasarkan pada analisis hasil temuan penelitian di atas tentang strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media dilihat dari elemen media, maka dapat dikatakan bahwa:

***“Strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* dilakukan melalui melalui media sosial”.***

#### **4.1.4 Analisis Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Penanganan Pemberitaan *Hoax* di Media Sosial dilihat dari Elemen Penerima Komunikasi**

Analisis strategi komunikasi berikut ini dengan melihat elemen penerima komunikasi menekankan pembahasannya pada khalayak sasaran dari proses komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial. Analisis terhadap elemen penerima komunikasi atau khalayak atau biasa disebut dengan komunikan ini tidak bisa terpisahkan dengan elemen komunikasi lainnya. Dalam hal ini seperti telah dikemukakan oleh Middleton (1980) bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dengan demikian, maka khalayak ini merupakan salah satu elemen penting dalam suatu komunikasi. Hal ini juga sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Wilbur Scram bahwa untuk terjadinya sebuah

proses komunikasi setidaknya ada 3 komponen komunikasi yang harus ada, yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. (Suprpto, 2011:9). Sedangkan menurut Harold D Laswell ada 5 formula komunikasi yang menjadi pendukung terjadinya sebuah komunikasi, yaitu

1. *Who* (Komunikator), yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan,
2. *Says What* (pesan), yakni berkenaan dengan menyatakan apa yang dikatakan (isi pesan),
3. *In which Channel* (Media), yakni berkenaan dengan saluran apa,
4. *To Whom* (Komunikan), yakni berkenaan dengan saluran apa,
5. *With What Effect* (Pengaruh), yakni berkenaan dengan pengaruh apa yang terjadi pada penerima pesan.

Mendasarkan pendapat di atas menunjukkan bahwa komunikan ini adalah elemen penting yang tidak boleh tidak harus ada dalam proses komunikasi.

Dalam strategi komunikasi, melakukan identifikasi khalayak sasaran adalah hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator dalam hal ini adalah Humas Polda Jatim. Identifikasi khalayak ini, sesuai dengan fokus atau sasaran kajian penelitian sebagaimana tertuang dalam operasionalisasi konsep adalah ingin mengetahui dan menganalisis mengenai khalayak sasaran dari proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial yaitu apakah personal, kelompok terbatas, masyarakat luas atau lainnya.

Sesuai dengan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak sasaran dari poses komunikasi melalui media sosial yang dimiliki oleh Humas Polda Jatim

meliputi masyarakat umum dengan beragam profesi seperti misalnya dari dasar data primer yang diperoleh bahwa pengguna akun media sosial Humas Polda Jatim ada yang guru, karyawan, dokter, ataupun pegawai swasta maupun sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS). Identifikasi khalayak lainnya dari akun media sosial Humas Polda Jatim meliputi tua-muda, laki-laki maupun perempuan, pelajar, mahasiswa maupun yang sudah bekerja. Mendasarkan pada temuan hasil penelitian terkait dengan khalayak sebagai target sasaran dari strategi komunikasi yang dilakukan melalui akun media sosial Humas Polda Jatim menunjukkan bahwa khalayak sasarannya adalah masyarakat umum bukan kelompok terbatas apalagi personal.

Kondisi khalayak sasaran atau komunikan dalam proses komunikasi yang berwujud masyarakat umum ini, dalam komunikasi media sosial merupakan hal yang perlu untuk diperhatikan. Khalayak sasaran dengan kondisi yang sangat heterogen dengan tujuan komunikasi yang spesifik, maka pesan yang disampaikan melalui strategi komunikasi melalui media sosial akan kurang efektif. Tetapi jika tujuan komunikasi sekedar komunikan untuk mengetahui maupun untuk melakukan tindakan tertentu, maka strategi komunikasi melalui media sosial cukup efektif. Seperti dalam kasus yang diteliti, dengan adanya pemberitaan di media sosial tentang informasi pembuatan SIM kolektif tanpa tes; maka informasi *feed back* yang dilakukan Humas Polda Jatim melalui strategi komunikasi dengan menggunakan akun media sosial sudah cukup efektif karena tujuan komunikasi tersebut hanya sekedar informatif dan lebih dari itu masyarakat diharapkan tidak percaya dengan pemberitaan *hoax* tersebut dan kemudian bersikap pasif atau tidak

perlu menanggapi dengan perbuatan. Hal ini sejalan dan mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Effendy (1998:40) bahwa sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini tergantung pada tujuan komunikasi. Apakah sekedar komunikasi hanya mengetahui saja (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuannya, metodenya dan banyaknya sasaran pada diri komunikasi perlu diperhatikan. Lebih lanjut dia mengatakan bahwa pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan lain sebagainya. Dalam situasi komunikasi interpersonal, mudah mengenal kerangka referensi komunikasi karena hanya satu orang. Mengetahui kerangka referensi komunikasi menjadi sulit, jika dalam komunikasi kelompok. Ada kelompok yang individu-individunya sudah saling kenal seperti kelompok karyawan atau kelompok perwira. Ada juga yang tidak kenal, seperti rapat RW. Komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Adapun yang lebih sulit adalah mengetahui kerangka referensi para komunikasi dalam komunikasi massa, sebab sifatnya sangat heterogen. Karena itu pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum saja, yang dapat dimengerti oleh semua orang, mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang.

Berdasarkan temuan penelitian juga bahwa terkait dengan target sasaran dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim adalah kelompok pendukung yaitu masyarakat anti fitnah MAFINDO. Kelompok masyarakat pendukung ini tidak saja dimaksudkan pihak Humas Polda Jatim sebagai media untuk memperoleh informasi yang penting bagi tujuan umum kepolisian untuk menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat tetapi juga dimaksudkan untuk meneruskan informasi dari program-program penting yang perlu disampaikan pihak kepolisian melalui Humas Polda Jatim demi menjaga harmonisasi kehidupan sosial. Kelompok-kelompok masyarakat seperti MAFINDO ini penting bagi upaya untuk kesuksesan pelaksanaan tugas dan fungsi kepolisian. Fakta temuan ini mendukung pendapat yang dinyatakan oleh oleh Cangara (2014:137) bahwa di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program. Kelompok itu diantaranya adalah: kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang akan dilaksanakan. Mendasarkan pada pendapat ini jelas bahwa kelompok masyarakat MAFINDO memiliki visi yang sama dengan kepolisian dalam rangka untuk menjaga keharmonisan dalam kehidupan masyarakat.

Mendasarkan pada analisis terhadap temuan hasil penelitian di atas tentang strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media dilihat dari elemen komunikan, maka dapat dikatakan bahwa:

*“Strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan hoax melalui media sosial dilakukan dengan target sasarannya adalah khalayak umum melalui komunikasi yang bersifat informatif maupun persuasif”.*

#### **4.1.5 Analisis Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Penanganan Pemberitaan Hoax di Media Sosial dilihat dari Elemen Efek Komunikasi**

Sesuai dengan fokus/sasaran kajian seperti yang dikemukakan dalam sub bab mengenai operasionalisasi konsep, maka strategi komunikasi dari elemen efek komunikasi yang diharapkan. Fokus kajian mengenai elemen efek komunikasi yang diharapkan ini menganalisis mengenai pengaruh yang diharapkan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Tentang analisis efek ini peneliti akan mengkajinya dalam beberapa proses tahapan penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial.

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Stuart dan Jamias dalam Cangara, 2014:165). Sedang pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*), Cangara (2014:165). Pengaruh ini sangat penting dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan. Temuan hasil penelitian terkait dengan efek yang diharapkan dari sebuah pesan yang disampaikan Humas Polda Jatim sebagai suatu jawaban konfirmasi adalah agar khalayak/masyarakat merasa yakin bahwa informasi pemberitaan tentang pembuatan SIM kolektif tanpa tes adalah merupakan *hoax*. Selanjutnya dari pesan

informasi balik dari Humas tersebut khalayak jadi menyadari dan percaya dan selanjutnya tidak mengabaikan pemberitaan tersebut.

Kesadaran dan kepercayaan masyarakat/khalayak terhadap adanya informasi awal yang semula ragu menyangkut kebenaran informasi tersebut dan setelah ada informasi konfirmasi dari Humas Polda Jatim kemudian meyakini/percaya bahwa memang pemberitaan pembuatan SIM kolektif tanpa tes tersebut adalah *hoax*. Maka hal ini adalah merupakan fenomena perubahan internal yang terjadi dalam diri khalayak dan ini adalah termasuk dalam perubahan sikap. Hal ini mendukung dari apa yang dinyatakan Cangara (2014:165) bahwa perubahan sikap adalah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukan terhadap suatu obyek. Dari data temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan *hoax* di media sosial dilihat dari elemen efek komunikasi dan tujuan komunikasi yang dilakukan tersebut sudah terjadi keselarasan. Dengan demikian efek komunikasi yang diharapkan dari strategi komunikasi yang dijalankan Humas terhadap khalayak sudah efektif.

Selanjutnya temuan hasil penelitian lainnya yang terkait dengan efek komunikasi dan menarik untuk dianalisis adalah saat Humas Polda Jatim dalam suatu kegiatan sosialisasi tentang anti *hoax* dihadapan para mahasiswa. Dalam kegiatan tersebut mahasiswa merespon dengan melakukan deklarasi anti *hoax*. Dalam tinjauan efek atas komunikasi yang dilakukan selama proses sosialisasi dilakukan terjadi pengaruh dalam diri mahasiswa yang dilakukan secara bersamaan yaitu pengaruh yang berkaitan dengan pengetahuan, sikap maupun



perilakunya. Maka tentu ini bagian yang memang diharapkan dari kegiatan sosialisasi itu sendiri yang berharap masyarakat disamping memiliki pengetahuan mengenai *hoax*, mereka/komunikator juga menginginkan dari pesan yang disampaikan ke masyarakat/khalayak sasaran tersebut mampu menggunakan HP-nya dalam komunikasi di media sosial tersebut untuk bisa digunakan secara bijak. Bahkan lebih dari itu dengan kesadaran sendiri para mahasiswa tersebut menjadikan dirinya sebagai kelompok anti *hoax* dan berupaya untuk mengajak masyarakat yang lain untuk tidak gampang terpapar *hoax*. Mendasarkan pada sajian temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim melalui penyampaian pesan-pesan yang baik dan mendapatkan efek positif, maka dapat dikatakan strategi komunikasi yang dilakukan Humas Polda Jatim sudah efektif.

Mendasarkan pada analisis hasil temuan penelitian di atas tentang strategi komunikasi Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan *hoax* di media sosial dilihat dari elemen efek, maka dapat dikatakan bahwa:

***“Strategi komunikasi Bidang Humas Polda Jatim dalam penanganan pemberitaan hoax di media sosial dapat memberi efek yang positif bagi masyarakat dengan menerima informasi yang disampaikan sebagai informasi yang benar.***

#### **4.2 Analisis Tentang Hambatan Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim dalam Penanganan *Hoax* di Media Sosial**

Sesuai dengan fokus kajian dalam penelitian ini, maka analisis tentang hambatan yang dimaksud adalah hambatan-hambatan dari strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Polda Jatim dalam penanganan *hoax* di media sosial. Hambatan dalam penanganan pemberitaan *hoax* menjadikan sebuah gambaran kongkret dari suatu penjelasan dimana setiap aktifitas yang dilakukan terutama mengarah pada strategi akan berbarengan dengan suatu hambatan.

Berdasarkan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak Humas selaku komunikator dalam proses penanganan pemberitaan *hoax* tidak merasakan adanya hambatan dengan kata lain hambatan yang ditemui adalah hambatan non teknis dalam bentuk hambatan waktu. Mendasar pada temuan hasil penelitian ini pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah, dilihat dari sudut pandang hambatan sangat jelas menunjukkan adanya hambatan non-teknis yang tidak terduga yaitu permasalahan waktu. Hal ini dapat saja terjadi karena dalam era keterbukaan informasi seperti saat ini persebaran berita akan sangat mudah dan cepat mencuat dipermukaan. Pemberitaan tersebut tidak bisa terkendali peta persebarannya yang memungkinkan adanya pemerolehan informasi lintas kota, pulau bahkan benua. Dibutuhkan waktu untuk memberikan informasi detail mengenai kebenaran berita apabila “tersandung” isu *hoax*.

Hambatan lainnya dari temuan hasil penelitian ini adalah hambatan yang menyangkut kurangnya sumber daya manusia. Hambatan yang menyangkut kurangnya SDM pada bidang Humas ini masuk pada hambatan yang bersifat teknis. Sumber Daya Manusia yang ada di Humas sekaligus bertindak sebagai

komunikator yang memiliki peran penting dalam proses komunikasi. Tanpa komunikator tidak mungkin informasi dapat tersampaikan atau dengan kata lain proses komunikasi tidak dapat berjalan. Jika komunikator ini bertindak dalam menyelesaikan masalah, berarti keberadaannya sangat menentukan bagi penyelesaian masalah itu sendiri. Dengan demikian keberadaan SDM sebagai komunikator ini sangat menentukan berlangsungnya proses komunikasi sekaligus sebagai pihak yang diharapkan dapat menyelesaikan persoalan.

Temuan tersebut di atas merupakan contoh kongkret tentang hambatan dalam proses komunikasi, seperti yang telah dijelaskan oleh Krietner dalam Ruslan (2003:8). Menurut Krietner terdapat sedikitnya empat macam hambatan yang mengganggu dalam sistem atau proses berkomunikasi, antara lain: 1) Hambatan Dalam Proses Penyampaian (*Process Barrier*); 2) Hambatan Secara Fisik (*Physical Barrier*); 3) Hambatan Semantik (*Semantic Barrier*); 3) Hambatan Psikososial (*Psycosocial Barrier*). Hanya saja sesuai dengan skala pembahasan yang relevan dengan hambatan dalam penanganan pemberitaan *hoax* adalah hambatan dalam proses penyampaian (*Process Barrier*).

Hambatan dalam proses penyampaian (*Process Barrier*) merupakan suatu gangguan alami terkait dengan penyampaian pesan. Hambatan ini sangat sering dihadapi oleh orang ketika terbatas oleh jarak dan waktu. Setiap isu penting memiliki waktu dalam penyampaiannya. Tanpa momentum yang tepat, dampak yang diinginkan akan beresiko tidak tercapai maksimal. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, waktu sangat berarti. Sebuah berita bisa using dalam hitungan jam, apalagi dalam penanganan krisis komunikasi. Dalam kasus

yang teliti, jika hal ini terjadi maka jelas apa yang diupayakan humas polda jatim akan sia-sia.

Sedangkan hambatan kurangnya SDM ini bisa dikategorikan hambatan yang bersifat pisik Pada konteks hambatan penanganan *hoax* ini, humas polda jatim mengalami kesulitan untuk bisa berakselerasi sebagaimana yang masyarakat inginkan. Fenomena yang terjadi ketika isu *hoax* telah beredar luas dan sangat cepat, masyarakat juga membutuhkan informasi konfirmasi yang bisa dijadikan sebagai patokan kebenaran. Sehingga hal inilah yang memaksa pihak humas polda jatim untuk sesegera mungkin memberikan informasi klarifikasi kepada warga masyarakat.

Selanjutnya bahwa terkait dengan hambatan menyangkut kurangnya SDM dan solusinya dengan penambahan jumlah SDM, menurut hemat peneliti merupakan hal yang tidak strategis pada era saat ini. SDM yang bertindak sebagai komunikator dalam kaitan interaksinya dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya menangani pemberitaan *hoax* tidak harus dilakukan pengecekan langsung secara pisik di lokasi. Menurut peneliti pihak Humas perlu mengembangkan dan memanfaatkan media *online* secara optimal sebagai strategi dalam upaya berinteraksi dengan kepolisian maupun mitra jejaring lainnya yang berada di daerah sebagai jejaring untuk kepentingan penanganan kasus yang diteliti. Pendapat ini mendukung apa yang dikemukakan oleh Mahmoud dan Auter (2009) yang merancang model komunikasi *online* yang disebut *CMC Interactivity Model*. Ada empat unsur penting dalam interaksi komunikasi berbasis media komputer yaitu (1) *User* (pengguna) yang berperan sebagai

pengirim dan penerima, atau dengan kata lain *netizen* berperan sebagai komunikan sekaligus komunikator; (2) *Medium* (media) yakni syarat keberadaan media atau saluran untuk memfasilitasi proses interaksi antar *user*; (3) *Message* (pesan) yakni berupa pesan yang saling diperkukarkan diantara user melalui media yang digunakan; (4) *Communication setting* (pengaturan komunikasi) yakni lingkungan dan waktu komunikasi yang fleksibel sesuai keinginan partisipan, mengingat komunikasi *online* merupakan *real time*.

Semua komunikasi di media sosial merupakan bagian dari transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih komputer (pesan instan, email, chatting dan sebagainya) biasanya disebut dengan jaringan *Computer Mediated Communication* (CMC). Herring mengatakan CMC adalah komunikasi yang mengambil tempat diantara manusia melalui instrumen-instrumen komputer. Sedangkan menurut December, CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan seseorang, terletak dalam konteks tertentu, dan terlibat dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan (Thurlow, 2004). Greenberg menjelaskan bahwa CMC memiliki karakteristik yang membedakan dengan bentuk komunikasi lainnya diantaranya bersifat interaktif; dua atau lebih orang dapat terlibat dalam interaksi bertukar pesan dan peran sebagai komunikator dan komunikan; orang-orang yang berinteraksi memegang kendali penuh atas pemilihan waktu, isi, tindakan komunikasi dan segala sesuatunya; serta berberbasis teks (Mahmoud dan Auter, 2009).

Mendasarkan mekanisme kerja dari model interaksi komunikasi berbasis media computer atau media *online* yang dikembangkan Mahmoud dan Auter (2009) di atas peneliti berkeyakinan bahwa dengan menggunakan model interaksi komunikasi yang berbasis media computer solusi hambatan-hambatan yang ditemui Humas Polda Jatim seperti hambatan kelangkaan SDM yang bisa mengganggu kecepatan dalam proses penanganan masalah bisa teratasi. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa ***“hambatan-hambatan dalam bentuk kurangnya sumber daya manusia dan waktu dalam strategi komunikasi yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah di media sosial hanya dapat diatasi melalui penggunaan model interaksi yang berbasis media online”***.