

Penerapan Ilmu Komunikasi di Bidang Kerja Kepolisian Modern (Pendekatan Pragmatis dan Aplikatif di Lapangan Kerja)

Ilham Prisgunanto*

Abstrak

Setiap problematika yang muncul dalam kehidupan ini disinyalir sebagian besar berasal dari permasalahan komunikasi. Sayangnya kebanyakan orang kurang memahami dan menganggap persoalan *komunikasi* adalah sesuatu yang sepele dan tidak penting. Kemampuan komunikasi dianggap orang sebagai sebuah bawaan bakat lahir yang tidak bisa dipelajari dan mengalir begitu saja. Kemampuan komunikasi adalah suatu bakat natural yang ada pada diri orang. Pandangan klasik ini terbantahkan dengan kemunculan ilmu komunikasi yang bersifat interdisipliner dari sumbang-sumbangan ilmu sosial lain. Oleh sebab itu penerapan ilmu komunikasi pada bidang kerja kepolisian modern menjadi *urgent* dalam rangka peningkatan kinerja.

Kata Kunci : *Ilmu Komunikasi, Kinerja, Kepolisian Modern*

A. Pendahuluan

Satu yang harus dipahami bahwa mulai dari permasalahan di tempat tidur antara suami dan istri sampai dengan bentrok perang antar negara semua disebabkan kesalahan berkomunikasi. Kebanyakan masalah yang ada adalah karena kesalahan interpretasi atau penyampaiannya yang tidak sesuai dengan yang diharapkan si pendengar. Memang masalah komunikasi cenderung yang disalahkan adalah pihak penerima informasi dan kondisi ini semakin rumit, ketika saluran komunikasinya tidak

mendukung dan bisa menyampaikan pesan yang diharapkan. Kehadiran kesadaran (*awareness*) terhadap isi pesan kerap kerap dibebankan kepada pemberi informasi atau komunikator saja.

Mudahnya saja ketika suami dan isteri akan melakukan hubungan seks, diakui bahwa masalah komunikasi yang dominan menentukan keberhasilan dan kualitas dari hubungan seks itu sendiri. Pilihan waktu melakukan seks dan bagaimana model yang diinginkan, semua berasal dari hasil urun rembuk komunikasi yang intensif antara suami dan isteri itu sendiri. Alhasil dapat diprediksi, bahwa suami dan isteri yang memiliki berkomunikasi intensif akan membangun ketahanan keluarga yang lebih mumpuni dibandingkan dengan keluarga yang jarang atau minim berkomunikasi. Pada selanjutnya ada

* Ilham Prisgunanto, Doktor Ilmu Komunikasi pengajar tetap Komunikasi Sosial di STIK-PTIK, pengajar lepas UI, penulis buku-buku komunikasi, email: prisgunanto@gmail.com, twitter:@prisgunanto dan Facebook: @prisgunanto.

kajian khusus yang membicarakan komunikasi antar anggota keluarga yang menjadikan konteks kajian komunikasi keluarga, dalam komunikasi lintas budaya.

Demikian pula dengan kasus terjadinya perang antar negara, kerap pemimpin suatu Negara salah menafsirkan ketika terjadi konfrontasi dengan Negara lain. Kerap persoalan harga diri dan kehormatan menjadi nomor satu yang diajukan dalam konfrontasi yang terjadi. Salah kaprah dari pemimpin Negara menafsirkan arti penaklukan menjadi biang permasalahan yang ada dalam memahami sikap pernyataan perang dari seorang kepala Negara ketika terjadi konfrontasi. Pemahaman yang salah terhadap isi pesan ini akan membuat penafsiran liar terhadap sesuatu yang berangkat dari asumsi keliru si pemimpin Negara itu sendiri, dan ini adalah sebuah bencana ketika sedang konfrontasi.

B. Permasalahan

Perubahan tatanan masyarakat dunia dengan terbukanya era pasar bebas 2018, apakah masyarakat siap dan akan menyambut daya saing dengan mendunia itu? Dengan kondisi sedemikian maka tatanan kehidupan peradaban manusia akan menjadikan komunikasi begitu penting. Dengan adanya era pasar bebas, maka komunikasi lintas budaya menjadi sesuatu yang diperlukan dalam manusia yang berinteraksi antar bangsa. Mereka perlu memahami budaya satu dengan yang lain dengan mengutamakan unsur komunikasi dan membuktikan bahwa kemampuan berkomunikasi lintas dan antar budaya menjadi sangat penting saat ini.

Bagaimana dengan kerja polisi? Demikianlah benang merah tulisan ini yang ingin membuktikan, bahwa proses komunikasi dalam transfer informasi menjadi sesuatu yang maha penting di era keterbukaan informasi. Kondisi ini makin terbukti dengan kehadiran jejaringan internet yang memungkinkan manusia

berinteraksi dan bertukar informasi dalam hitungan nano detik, tanpa terbentuk batasan negara, budaya sampai dengan pengaruh politik yang ada. Tulisan ini hadir dalam keperluan menunjukkan kepada kita bahwa semua praktik ilmu komunikasi ada dan sangat digunakan dalam aplikasi kerja polisi di lapangan.

Polisi adalah aparatus Negara yang bertugas penegakkan hukum dan pembinaan keamanan guna menjaga keamanan dalam negeri agar stabilitas terbentuk dalam upaya ikut menjaga ketertiban dan keamanan dalam negeri suatu Negara. Polisi adalah punggawa atau penjaga demokrasi dan kedaulatan Negara dan itulah keinginan seluruh bangsa dan Negara. Oleh sebab itu kehadiran polisi di setiap Negara sangat dibutuhkan dalam upaya menjaga suara rakyat yang merupakan representasi suara Tuhan (*Vox Populi vox Dei*). Karena tugas yang diemban polisi adalah keamanan dalam Negeri, satu yang diyakini pola interaksi dan berhubungan dengan masyarakat sekitar menjadi sangat sering dan dalam berinteraksi kemampuan komunikasi polisi sedemikian diperlukan.

C. Pembahasan

Memang ranah komunikasi tersebut kerap sudah dipraktikkan oleh polisi di lapangan, namun sayangnya mereka belum memahami tarikan kajian teoritik yang digunakan dalam berpikir ilmiah. Tulisan ini akan menjelaskan itu secara khusus dengan membicarakan kajian teoritik, karena diyakini akan menimbulkan kebingungan dan kebosanan luar biasa, alhasil malah hal ini bisa membuat petugas polisi engga dan malas untuk mengkaji ilmu komunikasi dan mengembangkan diri untuk praktik kemampuannya dan kompetensi mereka di lapangan. Hal inilah yang perlu dihindari dan ditakutkan orang dalam membongkar penerapan ilmu komunikasi tadi. Ketika pers banyak mempermasalahkan citra dan persepsi orang yang buruk terhadap polisi, satu yang

diyakini, bahwa semua itu bermuara pada praktik komunikasi anggota polisi yang keliru.

Bila melihat bidang kerja polisi, pertanyaan besar adalah kajian-kajian komunikasi apa yang perlu dikuasai dalam memperkuat kompetensi kerja mereka di lapangan? Artinya sudah sejak lama pendiri polisi sudah menyadari, bahwa sedemikian pentingnya komunikasi dalam menunjang kerja polisi. Namun sayangnya, diakui masih sangat minim literatur yang berbicara keperluan kemampuan kompetensi komunikasi pada polisi. Kebanyakan perwira polisi hanya mempelajari secara autodidak atau melalui kertas-kertas kerja bahan atau catatan kuliah saja, tidak ada yang berani membuat literatur klaim kebutuhan praktik ilmu komunikasi hal ini berangkat dari perlunya pemahaman dalam konteks tarikan kajian ilmu komunikasi yang cocok dalam praktik kerja di lapangan.

Pada tataran komando jelas, bahwa kemampuan komunikasi begitu diperlukan dalam mensinergiskan kerja dengan perencanaan yang sudah dibuat oleh lembaga atau institusi. Bila tidak memiliki kemampuan komunikasi diyakini, bahwa tidak mungkin polisi dalam konteks organisasi dapat berjalan dari tingkat tertinggi sampai pada tingkat Polisi Sektor atau Pos Polisi (Polsek dan Polpos). Semua karena ada komunikasi yang masuk dalam tataran manajerial kerja polisi dalam struktur komando yang ada. Oleh sebab itu, maka akan dijelaskan penerapan kajian ilmu komunikasi apa saja yang dianggap begitu dibutuhkan untuk dipelajari oleh Perwira polisi untuk aplikasi kerja mereka di lapangan;

1. Sistem Pers dan Ekonomi Politik Media Massa

Satu yang perlu dipahami bahwa kerja polisi selalu berhubungan dengan pers, oleh sebab itu anggota polisi harus memahami bagaimana karakteristik dan cara kerja pers dalam pembuatan berita. Oleh sebab

itu pengajaran yang perlu diberikan dari ilmu komunikasi dikaitkan dengan isu-isu berkaitan dengan ekonomi politik media massa, baik dalam tingkat konteks makro benturan kepentingan yang ada di dalamnya. Sistem jejaringan pers dalam konteks kelompok bisnis (*group*) dan pola pemberitaan yang ada dan menjadi karakteristik dari pemberitaan. Tidak itu saja pola monopoli dan homogenitas pemberitaan menjadi isu yang digunakan dalam pembicaraan pengajaran yang ada. Dari sana akan terlihat keberpihakan pemberitaan yang dikaitkan dengan kepentingan ekonomi politik media massa yang ada.

Dari konteks mikro juga akan dilihat model manajemen dan operasi kerja dari media massa, mulai dari media massa televisi, radio, surat kabar, majalah sampai dengan media digital, seperti websites dan portal berita. Dalam membahas isu ini yang menjadi sorotan penting adalah titik sentral fokus dari permasalahan yang ada dalam konteks kepentingan di dalam berita. Dengan lugas, Shoemaker dan Reese sudah menyebutkan keberpihakan ideologis model berita yang mungkin akan terjadi. Mulai dari kepentingan ideologis internal dalam diri si pembuat berita, ideologi kelompok yang melingkupi mereka, seperti; kelompok dalam profesi (asosiasi-asosiasi) yang melingkupi sampai dengan ideologi kepentingan finansial yang menjadi dasar dari kehidupan media massa (Shoemaker dan Reese, 1996).

Dalam konteks kajian ini juga yang diajarkan dan menjadi bahasan penting tentang agenda media. Dapat dipahami, bahwa agenda media ini akan membahas mau dibawa kemana isu-isu yang ada dalam pemberitaan. Dari sini keberpihakan dalam berita sangat terlihat juga pergeseran yang terjadi sejalan dengan pilihan kata kunci yang digunakan dalam berita. Tidak di situ saja, perlu dijelaskan

tentang *beritalogic* atau logika berita yang menjadi dasar pemikiran dan kebenaran dalam pemberitaan. Tarikan-tarikan berita yang menjadi inti dari isi pemberitaan adalah hal penting yang menjadi bahasan pengajaran yang ada. Staf kepolisian harus memahami ini dengan ketat, sehingga arah pemberitaan dalam konteks agenda media dapat diketahui dan diprediksi dalam aliran isu yang ada.

Bila berbicara pers juga hal yang tidak kalah perlu dibicarakan tentang agenda setting pemberitaan yang menjadi akar permasalahan kebenaran dan obyektivitas dalam kehidupan peradaban manusia. Dalam artian mudah bahwa agenda setting adalah kesamaan antara agenda media dengan agenda khayalak yang menjadi ukuran kebenaran dan obyektivitas itu sendiri. Studi-studi agenda setting berangkat dari aliran pesan yang sangat sistemik dalam paradigma positivistik naturalis. Dengan demikian pengukuran rigit tentang kesamaan dan tidak sama antara isu-isu dalam berita dengan isu-isu khalayak menjadi sangat penting. Semua akan membentuk pada gambaran apa yang ada di benak orang terhadap sesuatu yang tentu saja semua tergantung pemahaman dan daya tafsir dari khalayak dikaitkan dengan logika yang diberikan di dalam berita.

Pemahaman tentang agenda khayak atau publik juga menjadi penting, di sini akan dijelaskan tentang opini publik yang menjadi inti dari kehidupan sebuah media massa. Sidang pembaca adalah sasaran dari pemberitaan yang dirancang dan dibuat sedemikian rupa oleh kalangan media massa. Tentu saja ini adalah pemikiran liberal dikaitkan dengan kebenaran berita yang diserahkan kepada khalayak yang dianggap sebagai sidang pembaca (Mc Comb, 1995).

Tidak di situ saja pembahasan besar tentang sistem pers dan media massa adalah

sehubungan dengan analisis isi media massa (*mass media content analysis*). Satu yang dipahami, bahwa pendekatan analisis isi bisa dilakukan dalam konteks interaksional maupun naturalistik. Ada dua pendekatan pertama secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Analisis isi konvensional ini bisa menggunakan beberapa parameter rigit dari pendahulu yang sudah ada, mulai dari *tone* (keberpihakan), *key informan* (narasumber), keberlanjutan, sampai dengan pemilihan jaringan berita yang menjadi dasar dari pembuatan berita.

Dalam konteks kualitatif pendekatan yang digunakan adalah analisis isi framing dengan beberapa model analisis, seperti; Gamson dan Modigliani, Kosichi dan Entman yang penekannya tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain. Tidak itu saja pada analisis model wacana (*discourse*) yang menggunakan pendekatan konteks makro dan mikro dalam memahami teks untuk mengetahui mau ke arah mana teks itu berjalan juga keberpihakannya. Analisis isi selanjutnya adalah menyoal wacana kritik (*critical discourse analysis*) dari sisi tidak berstruktur (*unstructure*) dan berstruktural (*structure*). Untuk keperluan kerja di lapangan anggota kepolisian juga harus memahami semiotika dalam analisis isi yang sebenarnya multi tafsir. Penafsiran dalam simbolik ini dapat didekati dengan dua analisis, yakni; analisis implisit dan eksplisit dalam penjelasan mudah dari kerja analisis semiotika.

2. Kehumasan (*Public Relations*) dan Pengembangan Komunitas (*Community Development*)

Dalam memahami kerja polisi, maka akan berkiatan dengan interaksi antar manusia dalam konteks sosial. Artinya tidak dapat dipisahkan kerja polisi dengan kehumasan atau public relations. Meski pada banyak

literatur disebutkan, bahwa ada perbedaan mencolok antara kehumasan dengan public relations. Bila berbicara tentang kehumasan selalu dikaitkan dengan protokoler, yaitu hubungan lembaga dengan masyarakat yang pro pada pimpinan atau lembaga yang ingin berhubungan dengan masyarakat. Model interaksi yang arogan dan cenderung melakukan provokasi dan agitasi dalam kerja di lapangan. Oleh sebab itu, maka yang sangat perlu diterapkan adalah kerja Public Relations yang sesungguhnya. Sudah diketahui bahwa prinsip dasar Public Relations adalah kesadaran dan kedewasaan dalam upaya mencari kebenaran dan menginformasikan yang baik dan benar kepada masyarakat.

Prinsip-prinsip dasar Public Relations seharusnya diajarkan dengan tepat pada anggota kepolisian sehingga dapat dipahami bagaimana kerja dari public relations yang sesungguhnya dan bisa menjadi perlawanan terhadap informasi simpang siur yang ada di masyarakat karena gencarnya informasi pers di sana-sini. Tidak itu saja model evaluasi program dan kebijakan yang menjadi inti dari kerja Public Relations sangat teruji, terukur dan dapat dipertanggungjawabkan baik secara ilmiah maupun praktik pelaksanaan. Pada pelaksanaannya harus diakui bahwa Public Relations bekerja sangat netral, tidak berpihak dan apa adanya, karena berkedudukan sebagai corong bagi masyarakat. Kesadaran, kejujuran dan penyebaran informasi yang akurat adalah isu-isu yang dibawa Public Relations dalam perkembangannya ke depan.

Tidak di situ saja peserta didik akan diajarkan yang merupakan perwira kepolisian yaitu bagaimana memahami era informasi tatanan komunikasi baru ini. Ketika mereka berkiprah maka senjata yang paling ampuh untuk melakukan perlawanan adalah informasi, bukan senjata lengkap

sesungguhnya berupa pistol atau granat. Oleh sebab itu pengajaran pengelolaan manajemen informasi yang dalam hal ini diwakili oleh kerja *Public Relations* menjadi penting. Tidak hanya berkaitan dengan bagaimana membuat *press release* atau sekedar melakukan publikasi melainkan lebih dari itu, yakni menyadari bagaimana berhubungan dan interaksi dengan masyarakat sekitar dan *stake holders*.

Satu yang sangat penting diajarkan dan harus dimiliki oleh perwira polisi adalah berkaitan dengan pemahaman prinsip kejujuran, keterbukaan dan kesetaraan yang menjadi dasar pemikiran public relations. Ketika public relations dilaksanakan maka arti penting kedudukan menjadi corong publik dapat diterapkan nyata di lapangan. Penciptaan sosok yang dianggap benar, jujur, luwes dan disukai masyarakat adalah inti dari kerja public relations. Dalam konteks bagaimana memencarkan informasi kepada masyarakat yang tidak terkesan provokasi dan agitasi sedemikian dijaga karena yang menjadi sorotan penting dari kerja public relations adalah penciptaan citra baik dan persepsi positif sosok institusi yang dalam hal ini adalah institusi kepolisian di satu sisi.

Satu yang harus dipahami bahwa kerja *public relations* tidak hanya menyoal hubungan yang baik dengan pers sebagai pihak yang dianggap mampu dan berdaya melakukan pengarahannya yang seharusnya dipikirkan orang melalui pemberitaannya. Namun lebih dari itu adalah menyoal pengembangan komunitas (*Community Development*). Memang satu yang diketahui pembinaan dan penghidupan komunitas sudah sangat dikenal di kepolisian dengan adanya program Polmas atau perpolisian masyarakat yang banyak meniru dari model 'Koban' di Jepang. Sedemikian pentingnya Polmas ini di kepolisian bahkan sampai ada panduan khusus melakukan Polmas dari

Mabes Polri dalam bentuk buku panduan. Alhasil di tingkat Polisi sektor (Polsek) dan Polisi Resor (Polres) sudah dilaksanakan dan dihidupkan program Polmas ini dengan sangat rinci dan menyeluruh. Namun demikian perlu diberikan pemahaman tentang pengembangan komunitas dalam prinsip *public relations* dengan tidak ada kepentingan sesuatu di belakang pelaksanaan pengembangan komunitas ini di belakang hari.

Tak heran bila dalam konteks *public relations* konsep kedermawanan (*philantropy*) adalah dasar yang kuat dari penerapan beberapa model pengembangan komunitas ini. Sebut saja CSR (*Corporate Social Responsibility*), *Comrel* (*Community Relations*), Kegiatan sumbangan dan amal (*Charity*) hingga dengan *marketing public relations*. Dalam pemahaman *public relations* tidak mengenal pemberdayaan karena memang yang diberikan adalah kedermawanan dan keuntungan yang tidak nyata, namun laten dan bisa menjadi sarana pengembangan program dan kerja dari institusi tersebut ke depan. Tidak di situ saja, dalam kerja *public relations* juga akan dipelajari tentang manajemen krisis bila itu terjadi di dalam institusi yang sedang mengalami pasang surut.

Demikian juga dengan pemahaman konflik dan benturan kepentingan yang ada dan terjadi dalam tingkat manajemen internal, maupun dalam hubungannya dengan konteks eksternal. Apalagi bila dikaitkan dengan adanya penggabungan institusi, seperti; merger, akuisisi dan pemisahan pada tingkat institusi. Kondisi ini menjadi nyata dengan adanya pemisahan dan penggabungan pada tingkat KOD (Komando Operasi Dasar) atau bahkan Polsek-polsek. Bagaimana pimpinan mengatasi dan menegarai konflik dalam tubuh manajemen kerja menjadi penting

dalam pilihan kebijakan dan strategi yang diambil agar organisasi dapat berjalan lancar, efektif dan efisien dalam operasi kerjanya. Satu yang perlu dipahami adalah bagaimana kerja pengelolaan manajemen informasi melalui unjuk praktik bidang Humas dari tingkat Polres sampai dengan Mabes Polri sebagai karakteristik unik dari *public relations* organisasi kepolisian.

3. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communications*)

Pada kajian komunikasi organisasi jelas penerapan yang paling 'urgent' adalah gaya kepemimpinan (*leaderships*) dan pola perilaku dalam organisasi. Diakui atau tidak bahwa peserta didik harus mengetahui beda pemahaman organisasi konteks komunikasi untuk yang berparadigma obyektivistik dan subyektivistik secara mendalam. Perbedaan keduanya dalam penerapan di lapangan perlu diketahui agar semangat dan filosofis dari pelaksanaan kerja organisasi tidak melenceng dan keluar dari apa yang dirancang oleh para pendahulu Polri ini.

Tidak itu saja akan dikaji tentang bagaimana hubungan atasan dan bawahan dalam pola komunikasi organisasi dan akan menentukan titik teror mental anggota dalam berkomunikasi dengan atasannya di lapangan. Memahami diri dan mengerti akan kedudukan dalam sekat-sekat kepangkatan dan jabatan merupakan cara terbaik dalam upaya beradaptasi dan memahami lingkungan sekitar. Tidak ketinggalan juga akan dipahami bagaimana difusi inovasi pada konteks organisasi dapat diterapkan dan dijalankan mengikuti dari trend yang ada saat ini. Di sana akan terlihat tingkatan menerapkan adaptasi pada tingkat organisasi Polri dai tingkat pelaksana. Apakah mereka mendapat julukan *early adopter*, *Adopter*, *Innvator* atau malah Laggard dalam

memahami teknologi yang merasuk dalam praktik kerja organisasi.

Demikian juga yang perlu dikembangkan dan diajarkan adalah menyoal budaya kerja pada tingkat organisasi pada penerapan di lapangan. Budaya kerja akan menghasilkan motivasi kerja yang selanjutnya akan menentukan etos kerja dari orang yang ada di dalam organisasi tersebut. Lebih lanjut motivasi tersebut akan menghasilkan etos kerja yang akan menjiwai konteks eksternal dan internal menyoal motivasi yang ada pada diri anggota baik dalam pemahaman intrinsik dan ekstrinsik. Budaya kerja ini akan membicarakan seputar cetak biru (*Blue print*) dari penciptaan organisasi tersebut di awal keberadaannya. Tentu juga yang akan dibicarakan adalah bagaimana fantasi dalam konteks organisasi muncul dan bagaimana pula pola berbagi yang terjadi dalam memahami budaya kerja pada anggota organisasi tersebut.

Pola interaksi yang dikaitkan dengan retorika persuasif, dan juga interaksi berhubungan antara anggota di dalamnya akan bermuara kepada jati diri dan alasan hidup orang di dalam organisasi. Tidak lupa dipahami cerita-cerita hikayat yang menjiwai keberadaan Polisi pada tugas kerja di lapangan. Dengan demikian maka akan terlihat penerapan teori konvergensi simbolik yang ada dan mengakar pada kehidupan anggota di lapangan. Ernest Borman dengan lugas menyebutkan, bahwa jiwa dari kehidupan organisasi adalah adanya kisah-kisah naratif yang tidak diperlukan penjelasan secara argumentatif dan persuasi, melainkan daya imajinatif dari pola bercerita dan mendongeng yang menjadi unsur penting dalam mengawaki pelaksanaan organisasi, baik dari besar maupun kecil.

Hubungan antar atasan dan bawahan juga menjadi perlu dalam melihat sehat tidaknya

manajemen dalam konteks organisasi. Dengan dipahami hubungan antara atasan dan bawahan akan diketahui jiwa dan identitas diri yang merupakan pemaknaan tiap anggota dalam satuan dalam menafsirkan hubungan antara anggota di dalam konteks organisasi dalam pemahaman sistemik aturan sistem yang ada. Dalam hal ini juga akan diajarkan tataran filosofis dan jiwa dalam penerapan misi dan visi organisasi dengan menggali pemahaman dasar dari organisasi sehubungan dan pendirian awal yang ada. Dalam hubungannya dengan ini dikenal dengan konsep tataran filosofis organisasi seperti Tri Brata dan unsur buday organisasi lain yang ada.

4. Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communications*)

Memahami anggota tidak pada tingkatan organisasi melainkan pada individu-individu unik yang merdeka dan mandiri adalah sebuah kebijaksanaan. Dalam memahami ini maka pola komunikasi juga akan dilihat pada tataran yang lebih sempit, yaitu komunikasi antar pribadi. Penerapan kajian ini jelas akan terlihat pada bagaimana orang memaknai hidup, bagaimana pola keintiman yang ada dan terjadi pada individu-individu yang ada di dalam organisasi tersebut. Keintiman pada tingkatan intim, akrab, kenal sampai tidak tahu menjadi masalah penting bagaimana anggota memaknai jarak antar mereka dalam menafsirkan arti interaksi dan hubungan antar anggota.

Pada penerapannya pemahaman antar pribadi ini juga akan dilihat bagaimana cara mendengarkan yang baik, penuturan sampai dengan pengelolaan prasangka (*prejudice*) yang kerap terjadi pada pola komunikasi antar pribadi. Tidak itu saja pola komunikasi verbal dan non verbal pada anggota di lapangan akan memberikan pemahaman

kebohongan dan kebenaran yang ada pada interaksi satuan. Artinya bahwa komunikasi antar pribadi juga akan membawa pada ranah *asymton* atau komunikasi gerak tubuh yang menunjukkan makna sesungguhnya. Raut wajah, senyum dan 'kerlingan mata' dapat ditafsirkan sebagai wujud badan berkomunikasi secara tidak sengaja kepada orang lain. Pemahaman ini menjadi perlu dan harus dipelajari oleh anggota dalam memaknai hubungan dan interaksi mereka dengan antar anggota polisi maupun dengan masyarakat.

Komunikasi verbal dalam intonasi dan tekanan dari pembicara juga perlu sehingga tidak ada kesalahan interpretasi pendengar atau audiens yang ada. Pilihan kata dan diksi yang tepat dikaitkan dengan isu yang dibicarakan dalam kekinian tetap menjadi perlu bagi anggota polisi di lapangan ketika mereka berbicara di depan publik dengan mengutamakan pada bagaimana pesan dalam berkomunikasi sampai kepada komunikan yang tertuju. Penyimpangan (*noise*) dalam berkomunikasi akan membawa pada pemahaman sentral dari apa yang menjadi isu pembicara yang ada.

Dalam pengajaran tentang penerapan yang perlu ditekankan bahwa komunikasi antar pribadi ada dua pendekatan, yang menyebutkan komunikasi antar pribadi sangat baik dengan menghadirkan keintiman, bahwa akan sangat menunjang pada kerja dalam konteks organisasi, sedemikianlah menurut Miller (2005). Berbeda dengan itu Joseph Devito malah menunjukkan bahwa semakin intim dan dekat antar manusia atau orang akan sangat mengganggu organisasi, dalam keperluan mereka beraktualisasi diri dan melebur dalam organisasi (2009). Devito dengan lugas menyebutkan semakin intim dan dekat orang semakin hubungan antar orang pribadi itu tidak tahu, alhasil

profesionalitas dan pendapat obyektif tidak akan terpenuhi. Di sinilah awal dari bencana pelaksanaan organisasi.

5. Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communications*)

Satu pertanyaan penting adalah apakah perlu dimasukkan komunikasi pemasaran pada kerja polisi? Jelas, praktik komunikasi pemasaran perlu pada bidang kerja polisi dikaitkan dengan penciptaan *brand* atau perwajahan yang ada. Dengan demikian semakin dimantapkan bidang kerja utama (*core business*) yang ada pada kerja polisi. Pilihan pengembangan dan strategi dan taktik apa yang bisa diterapkan oleh anggota polisi. Penerapan kajian ini menjadi menarik ketika dipahami bahwa *brand* sedemikian kental dan dekat dengan citra organisasi dan semua akan mengerucut pada penciptaan imej dan persepsi yang ada di masyarakat.

Pendekatan pada pemahaman segmentasi, *targeting* dan *positioning* menjadi penting ketika polisi berusaha masuk dan menempatkan posisi mereka dalam kerja di lapangan. Penentuan ini menjadi perlu apalagi mengingat Polisi di Indonesia identik dengan militer, karena dalam sejarah pendiriannya Polri pernah masuk dalam organisasi institusi ini. Penekanan *brand* pada komunikasi pemasaran ini akan berusaha menyadarkan masyarakat kedudukan sesungguhnya Polri menurut Undang-Undang dalam hubungannya dengan penjaga demokrasi rakyat.

Pilihan sosialisasi kampanye yang jitu dan bagaimana intergrasi semua sarana komunikasi pemasaran dengan tujuan organisasi induk merupakan praktik penerapan penting kerja polisi di lapangan. Pengukuran kemampuan perencanaan dan evaluasi kerja pada tingkatan manajemen organisasi diajarkan dalam praktik

manajemen strategik yang ada. Misalnya pengukuran kemampuan beradaptasi dengan lingkungan yang dipahami dengan situasi, tujuan, strategi, taktik, pelaksanaan, dan evaluasi yang kemudian dikenal dengan kajian SOSTAC dalam pelaksanaan di lapangan.

Tidak itu saja perlu dipahami bagaimana mengukur dan mengetahui bagaimana segmentasi, targeting, tujuan, kedudukan, keterkaitan sarana yang digunakan, keterpaduan dan waktu pelaksanaan yang masuk dalam pemahaman STOP-SIT. Demikian juga berkaitan dengan pengukuran kemapanan tujuan (obyektif) dari pilihan bidang kerja utama dengan menggunakan pendekatan apakah sudah spesifik, terukur, dapat dicapai dan tertuju, kehandalannya dan sesuai dengan konteks waktu yang dikenal dengan model SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Reliable and Time*). Dalam pelaksanaan akan dilihat pula, bagaimana apakah ada orang yang melaksanakan, ada anggaran yang menunjang dan terakhir adalah bagaimana metode yang dilaksanakan berkaitan dengan sarana dan prasarana disingkat dengan 3M (*Man, Money and Method/Machine*). Penerapan konseptualisasi ini sangat perlu dalam upaya berkiprah dan beraktualisasi dalam penerapan pelaksanaan kerja mereka di masyarakat (Prisgunanto, 2006).

5. Komunikasi Politik (*Political Communications*)

Kerja Polisi tidak lepas dari kontrol dan tarik ulur kepentingan politik di dalamnya, baik secara langsung ataupun tidak. Isu klasik netralitas polisi dalam konteks politik pada kerja mereka sepertinya jauh dari penerapan di lapangan. Polisi selalu dekat dengan poros kekuasaan atau kekuatan (*power*). Baik itu poros kekuatan di pusat maupun

tingkat daerah, dan karena kedudukannya sebagai aparatus Negara maka polisi kerap akan berhubungan dengan konteks politik kepentingan di dalamnya. Dalam mencermati hal ini, maka komunikasi politik dalam praktik kerja perlu diberikan pada para perwira di lapangan.

Dengan adanya bekal pengetahuan dan pemahaman tentang komunikasi politik maka perwira polisi tidak akan terjebak pada kepentingan segelintir kelompok. Tidak disitu saja polisi memahami konstelasi dan pemetaan kepentingan yang ada dalam konteks politik di tingkat pusat, regional maupun lokal yang ada di lapangan. Penerapan keilmuan komunikasi politik yang ada meliputi; cara melakukan lobi (*lobby*) politik, penerapan komunikasi pemasaran politik (*Political marketing communication*), pemberdayaan politik sampai dengan praktik agitasi dan provokasi yang ada dan kerap terjadi di lapangan. Pola-pola perang urat syaraf (*psywar*) yang ada di masyarakat sampai pada penghasutan dan penghinaan 'kabar burung' menjadi unsur penting yang harus diajarkan.

Tidak pada hal itu saja, yang terpenting adalah bagaimana polisi bisa beropini di masyarakat dengan mengetahui tarikan dan isu menarik apa yang bisa dan ada di masyarakat tertentu dengan karakteristik tertentu. Berbicara komunikasi politik maka yang ada adalah pola retorika politik yang bisa dilakukan oleh polisi. Pola-pola yang dilakukan di era Yunani kuno, sampai pada model Romawi sampai pada retorika kontemporer modern saat ini menunjukkan bahwa gaya orator komunikasi perlu dikuasai oleh perwira polisi di lapangan guna memahami arah politik yang ada. Pengelolaan sosok dan profil diri sedemikian penting dalam menjaga kewibawaan dan kehormatan korps dalam konstelasi politik yang ada.

6. Komunikasi Lintas Budaya (*Intercultural Communications*)

Isu yang menarik saat ini adalah keterbukaan pasar bebas di tahun 2018 yang akan berimbas kepada cara berkomunikasi anggota dalam berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Kedatangan pasar bebas akan ditandai dengan kebebasan orang beraktivitas dan berusaha tanpa gangguan politik dalam upaya mewujudkan ekonomi dunia yang sesungguhnya. Sudah dapat dipastikan Indonesia ini juga akan dipenuhi oleh pelaku bisnis dari berbagai Negara dengan tentunya karakteristik yang berbeda satu dengan yang lain. Kemampuan komunikasi lintas budaya (*Intercultural Communication*) menjadi perlu dikuasai oleh semua pihak tidak terkecuali polisi. Mereka yang tidak memahami ini akan tersingkir dan terhempas sejalan dengan keterbukaan yang ada.

Penerapan komunikasi lintas budaya, seperti; pemahaman makna gegar budaya (*culture shock*) yang ada pada anggota ketika kurang memahami budaya yang dibawa dari bangsa tertentu. Penerapan pendekatan konteks budaya tinggi (*high context culture*) dan konteks budaya rendah (*low context culture*) menjadi penting dalam hal ini. Tidak itu saja pemahaman tentang keluarga (*family*) yang menjiwai konteks diri pada budaya tertentu menjadi bahasan penting yang perlu dikuasai oleh polisi di lapangan. Budaya adiluhung (*superior*) dan pengikut (*inferior*) perlu dipahami oleh polisi ketika menafsirkan operasi kerja mereka di lapangan. Tidak itu saja benturan antara individualistik dan kolektivistik yang identik dengan budaya barat dan timur menjadi unsur penting dalam menghindari konflik yang ada.

Dengan adanya pemahaman ini maka polisi bisa berhati-hati untuk tidak terjebak pada pelanggaran simbol-simbol budaya

kedaerahan yang sensitif dan dapat memicu konflik antar warga yang saat ini kerap terjadi di masyarakat. Adanya pemimpin suara (*opinion leader*) yang biasanya adalah tokoh masyarakat (Tomas) dan tokoh adat adalah yang perlu didekati dengan berupaya menjauhkan benturan pemahaman dari sisi etika dan adat kedaerahan yang ada. Apalagi diakui bahwa konflik warga yang banyak terjadi karena dipicu masalah sepele adat kedaerahan tertentu.

7. Sistem Komunikasi Era Digital (*Digital Communications*)

Era sudah berubah dan saat ini kemajuan teknologi sedemikian pesat yang ditandai dengan kehadiran jejaringan internet. Sebuah revolusi sudah terjadi dengan merasuknya internet ke segala bidang kehidupan yang ditandai dengan ledakan informasi. Satu yang dipahami bahwa manusia sudah masuk dalam peradaban dunia 4.0 yang ditandai dengan interkoneksi maha dahsyat dan cepat jejaringan internet melalui gawai (*gadget*) sederhana dan mudah telepon cerdas (*smart phone*). Tidak ada batas, baik Negara, politik, budaya, hukum dan bangsa dengan adanya interkoneksi maha cepat dalam hitungan nano detik ini. Alhasil muncullah dunia baru yang dinamakan dunia digital, dan sudah banyak kejahatan maupun penyimpangan kriminal yang ada didalamnya (Prisgunanto, 2014).

Dalam penerapan di lapangan polisi harus memahami pola sistem komunikasi yang ada berkaitan dengan keandalan konvergensi media yang ada. Perubahan media yang semula analog menjadi digital perlu diwaspadai oleh anggota kepolisian dengan adanya tindak kriminal yang mungkin bisa muncul sejalan dengan keberadaan teknologi tersebut. Komunikasi di era digital tentu saja dikaitkan dengan pola

komunikasi dalam keintiman palsu yang ada dan hadir di ruang-ruang intim yang ada pada masyarakat. Kecenderungan tentang keserampangan penampiran identitas diri dan pola berkomunikasi melalui jejaringan sosial media menjadi sesuatu yang perlu diketahui oleh anggota polisi di lapangan (Straubhaar, 2004)..

Tidak hanya di situ saja, penjualan data diri, penipuan, *hacker* dan *cracker* juga tingkat kepercayaan orang dalam konteks komunikasi dengan mesin kerap ditampilkan dalam pemaknaan komunikasi melalui komputer (*communication mediated computer*) adalah yang perlu dikuasai oleh anggota polisi. Bias selebritas yang kerap muncul dengan penggunaan sosial media ini menjadi pemikiran bahwa perlunya aturan dan etika dalam menggunakan sosial media bagi anggota polisi ketika bekerja di lapangan. Pola perang urat syaraf (*Psywar*) melalui jaringan internet, seperti; *Facebook*, *Twitter*, *google+*, *Plurk* dan lain-lain, juga jaringan line, seperti; *BBM*, *What Ups*, *InLine* dan lain-lain sedemikian mendominasi, tak heran anggota polisi harus memahami ini dan mengetahui arah dan isu yang hendak dimaksudkan dan akan terjadi.

D. Kesimpulan

Bidang kerja polisi di lapangan yang sedemikian besar dan luas menyebabkan perlu aplikasi praktis ilmu komunikasi yang sedemikian diperlukan pada tataran pragmatis di lapangan. Pengajuan-pengajuan pengembangan dan praktik penerapan ilmu komunikasi di atas sesuai dengan bidang kerja polisi dan apabila tidak dilakukan dapat diprediksikan polisi akan tergilas zaman apalagi dengan perkembangan tatanan informasi dalam peradaban masyarakat dunia dimana komunikasi menjadi super cepat.

Perlu ada sikap bijak dan terbuka dengan perubahan konstelansi dunia dari berbagai pihak, bahwa polisi memang dituntut kompeten dalam komunikasi di era modern ini. Di lain pihak penulis juga menyadari, bahwa masih banyak kajian ilmu komunikasi yang belum dan terlewat dibahas secara mendalam di tulisan ini. Keterbatasan penulis yang tidak secara mendalam melakukan kajian dan penelusuran, namun hanya dari hasil interaksi pengajaran dan penelitian yang sudah dilakukan di lingkungan Polri. Oleh sebab itu masukkan dan debat kajian ilmu komunikasi yang perlu diaplikasikan dalam kerja polisi di masa-masa akan datang tetap terbuka dengan adanya tulisan ini

Bibliografi

Berger, C. R & Bradac, J.J (1982). *Language and Social knowledge: uncertainty in interpersonal relations*. London : Edward Arnold.

Boyd-Barret, Oliver and Chris Newbold (eds) (1995). *Approaches to media a reader*. London: Arnold.

Budyatna, Muhammad dan Ganiem, L. M (2011). *Teori Komunikasi Antar Pribadi. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

Devito, Joseph. A (2009). *The Interpersonal Communication Book. Edisi Kedua B e l a s . USA: Pearson Education, Inc.*

Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss (2008). *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth.

Mc Comb, Maxwell (1995). *Agenda setting mass media*. Belmont: Wadworth

Miller, Katherine (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts. Edisi Kedua*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Prisgunanto, Ilham (2004). *Praktik Ilmu Komunikasi Dalam kehidupan Sehari-hari*. Jakarta: Teraju-Mizan.
- Prisgunanto, Ilham (2006). *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Taktik: Analisis SOSTAC dan STOP SIT*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prisgunanto, Ilham (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital: WOMM, IMC, Perilaku Konsumen, Era 4.0, Strategi - Taktik, Keintiman & Konvergensi Media*. Jakarta :
- Prisani Cendekia.
- Ronneberg, Kari (2012). *Public Confidence in The Police: The Impact of Verbal Encounters*.
- Ruben, Brent. D & Stewart. Lea. P. (2006). *Communication and Human Behavior. Edisi kelima*. USA : Pearson Education, Inc.
- Shoemaker, Pamela J and Stephen D. Reese (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. London: Longman Publishers.
- Straubhaar and La Rose (2004). *Media Now: understanding media, cultur, and techology*. Belmont: Wadsworth.