

Implementasi “Promoter” sebagai Strategi Pembangunan Reputasi Polri di Level Kepolisian Daerah

Novia Widiastuti

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof . H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The police is a state institution that has functions in the field of maintaining public order and security, law enforcement, protection, patronage and service to communities. But along with the many negative news about the police circulating, a bad reputation about the state institution has been formed in the community. To minimize bad reputation in the Police Department, on July 13 2016 in the leadership of Drs. H.M. Tito Karnavian, M.A.Ph.D as National Police Chief, a breakthrough was launched in the form of Promoter motto (Professional, Modern, Reliable). This study aims to determine the implementation of Promoter at the regional police level as one of the Police's reputation development strategies. According to Fombrum, there are four aspects of corporate reputation that need to be addressed, namely: credibility, trustworthiness, reliability and responsibility. This research is a qualitative research with a case study method. Data collection methods applied in this study are in-depth interviews, observation, and documentation studies. The research data was analyzed using analysis techniques by Miles and Huberman.

Researcher found that the Central Java Regional Police had realized the eleven Promoter points. Even so, based on the Fombrum theory, Central Java Regional Police cannot be titled as credible because it only performs tasks and functions pre-entif while the preventive function of the community is still being complained of. In achieving internal trustworthiness, Central Java Regional Police gives appreciation to members of the Police through the Police Award, labor insurance BPJS for the welfare of the police officers and a multifunctional Promoter Card. Meanwhile, the reliability of the National Police at the Regional Police level in public eyes is still not maximal due to the lack of publications for information technology-based programs such as in the SIM, BPKP and STNK online services so there are still many people who do not know about these programs which impacts people's assumption about the difficulty in processing these documents.

Keywords: National Police, Polda Jateng, Reputation, Promoter

PENDAHULUAN

Polisi merupakan aparat negara yang berfungsi di bidang pemeliharaan keamanan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat. Disamping fungsi, kepolisian juga mempunyai tugas, tugas kepolisian secara umum adalah melaksanakan pengaturan, penjagaan, pengawalan, dan patroli terhadap kegiatan masyarakat dan pemerintah sesuai kebutuhan, sebagai contoh tugas Satuan Lalu Lintas (Satlantas) yang

menyelenggarakan segala kegiatan dalam menjamin keamanan, ketertiban, dan kelancaran berlalu lintas di jalan. Selain di lalu lintas polisi juga bertugas membina masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, kesadaran hukum masyarakat serta ketaatan warga masyarakat terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan, turut serta dalam pembinaan hukum nasional.

Di Indonesia, keberadaan kepolisian secara konstitusi diatur dalam pasal 30 ayat 4 UUD 1945. Di sana dinyatakan: “Kepolisian Negara Republik Indonesia sebagai alat negara yang menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat bertugas melindungi, mengayomi, melayani masyarakat serta menegakkan hukum”. Adapun tugas dan wewenang kepolisian Indonesia diatur lebih lanjut dalam UU No. 2 tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Seiring dengan banyaknya pemberitaan negatif mengenai polisi yang beredar, reputasi yang buruk pun terbentuk di masyarakat, berikut merupakan kasus - kasus besar yang dilakukan oleh anggota polisi. Pungli dan korupsi, bukan hanya baru-baru ini terdengar, sudah lama kasus pungli dan korupsi dilakukan oleh aparat Negara. Kasus – kasus besar juga sempat membuat institusi Polri menjadi sorotan, yakni korupsi pengadaan Alat Simulator Surat Izin Mengemudi yang dilakukan mantan Kepala Korps Lalu Lintas Polri, Inspektur Jenderal Djoko Susilo pada 2012. Djoko Susilo melakukan korupsi pengadaan alat simulator SIM tahun anggaran 2011 dan merugikan negara hingga miliaran rupiah. Kasus ini juga melibatkan wakilnya dari korps yang sama, Brigadir Jenderal Didik Purnomo. Djoko Susilo terbukti melakukan praktik yang memperkaya diri sehingga melanggar Undang-Undang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dan melanggar pasal tindak pidana pencucian uang.

Buruknya reputasi Polri di mata masyarakat juga di akui oleh Kapolri Jendral Drs. H.M. Tito Karnavian. Tito memaparkan, di Polri masih banyak penanganan hukum yang berbelit-belit, pemerasan, rekayasa kasus, layanan publik yang masih belum optimal, serta sistem pelaporan. Begitu pula dari segi kultur, di mana perilaku koruptif masih banyak di semua lini kepolisian dan penindakan secara represif masih kerap dilakukan. Tito mengkhawatirkan, jika hal-hal tersebut masih terus terjadi, akan membahayakan masa depan Polri. Persoalan kepercayaan inilah yang kini menggantung di pundak generasi muda Polri. Berikut merupakan data kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Negara/ Institusi politik.

Untuk meminimalisir reputasi yang buruk di Kepolisian, pada tanggal 13 Juli 2016 dalam era kepemimpinan Kapolri Jendral Drs. H.M. Tito Karnavian, M.A.Ph.D meluncurkan suatu terobosan berupa motto Promoter (Profesional, Modern, Terpercaya)

Motto ini merupakan terobosan yang bertujuan sebagai upaya pemulihan reputasi, meningkatkan pelayanan publik dan mendapatkan kepercayaan publik terhadap Polri.

Promoter dibuat untuk seluruh elemen Kepolisian di Indonesia, seperti di Kepolisian Daerah (Polda), Polda merupakan satuan pelaksana utama kewilayahan yang berada di bawah Kapolri. Polda bertugas menyelenggarakan tugas Polri pada tingkat kewilayahan tingkat I seperti Provinsi atau Daerah Istimewa. Polda merupakan perpanjangan tangan langsung dari Mabes Polri yang turut menyelenggarakan tugas pokok Polri dalam pemeliharaan keamanan ketertiban masyarakat, penegakkan hukum dan memberi perlindungan, pengayoman, dan pelayanan masyarakat serta tugas lain sesuai ketentuan hukum dan peraturan serta kebijakan yang telah ditetapkan.

Motto Promoter sudah di jalankan oleh setiap jajaran Polisi di seluruh Indonesia, namun masih saja ada oknum – oknum Polisi yang melanggar program dan komitmen yang ada dalam promoter seperti pungli, korupsi, kolusi, oknum polisi yang mengedarkan maupun menggunakan narkoba, dan kode etik.

RUMUSAN MASALAH

Polisi merupakan Aparat Negara yang bertugas untuk melindungi dan menciptakan rasa aman bagi masyarakat. Setiap Polisi dituntut untuk menjadi contoh yang baik di depan publik, tidak hanya baik polisi juga harus memiliki sikap tanggung jawab atas segala tindakannya seperti tidak menggunakan narkoba, tidak melakukan kekerasan dan diskriminatif, tidak melakukan pungli, kolusi dan korupsi. Namun pada kenyataannya masih ada oknum Polisi yang melakukan pelanggaran tersebut. Untuk membangun reputasi dan membangun kembali kepercayaan masyarakat kepada Polisi, pada tanggal 13 Juli 2016 Kapolri membuat Motto Promoter (Profesional, Modern, Terpercaya) sebagai upaya pemulihan kepercayaan dan reputasi Polisi di Indonesia. Selama satu tahun motto tersebut di jalankan masih saja ada oknum – oknum nakal yang kedapatan melanggar program – program Promoter di berbagai daerah. Sebagai satuan pelaksana utama kewilayahan, Polda juga masih kedapatan oknumnya melanggar motto tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik rumusan masalah yaitu bagaimama implementasi “Promoter” sebagai strategi pembangunan reputasi Polri di level Kepolisian Daerah ?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Promoter sebagai strategi pembangunan reputasi, mengetahui implementasi Promoter di Internal Polda Jateng dan mengetahui respon masyarakat sebagai elemen pembentuk reputasi.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Budaya Organisasi

Budaya organisasi menurut (Moeljono, 2005:15) adalah sistem nilai-nilai yang diyakini semua anggota organisasi dan dipelajari, diterapkann serta dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dapat dijadikan acuan berperilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Anggota organisasi cenderung mempersepsikan sama tentang budaya dalam organisasi tersebut meskipun mereka berasal dari latar belakang yang berbeda ataupun bekerja pada tingkat-tingkat keahlian yang berlainan dalam organisasi tersebut.

Luthans dan Kreitner (dalam Hessel Nogi 2005:16) berpendapat bahwa ada beberapa karakteristik budaya organisasi yang perlu diketahui dalam mempelajari perilaku yang ada dalam suatu organisasi publik:

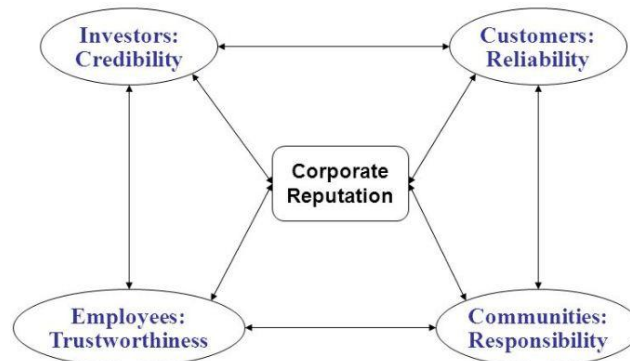
1. Budaya organisasi merupakan proses belajar (*learned*).
2. Budaya organisasi merupakan milik bersama kelompok (*shared*), bukan milik individu.
3. Budaya organisasi diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya (*transgenerational*).
4. Budaya organisasi mengekspresikan sesuatu dengan menggunakan simbol (*symbolic*).
5. Budaya organisasi merupakan suatu pola yang terintegrasi, jadi setiap perubahan akan mempengaruhi komponen lainnya (*patterned*).
6. Budaya organisasi terbentuk berdasarkan kemampuan orang untuk beradaptasi dengannya (*adaptive*).

Dapat dikatakan bahwa budaya merupakan pengendali sosial dan pengatur jalannya organisasi atas dasar nilai dan keyakinan yang dianut bersama sehingga menjadi norma kerja kelompok. Secara operasional, hal ini disebut budaya kerja karena merupakan pedoman dan arah perilaku kerja anggota. Dalam Kepolisian Promoter merupakan suatu pedoman dan acuan bertindak bagi semua anggotanya, seperti budaya organisasi yang di jelaskan di atas bahwa meskipun berbeda – beda latar belakang setiap anggota Polisi tetap memiliki satu pedoman dan tujuan yang sama sesuai dengan Promoter.

Teori Reputasi

Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misalnya dari laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media, materi tertulis dan audio visual. Identitas korporat juga berupa nonfisik, seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan,

gaya kerja dan komunikasi, baik internal maupun dengan pihak luar (Fombrum, dalam Ardianto 2009:45). Menurut Fombrum, ada empat sisi reputasi korporat yang perlu ditangani, yaitu: (a) *credibility* (kredibilitas), (b) *trustworthiness* (terpercaya dalam pandangan karyawan), *reliability* (keterandalan di mata masyarakat), dan *responsibility* (tanggung jawab sosial). Reputasi memiliki sejumlah elemen. Menurut K. Bhavani (dalam Ardianto,2009:46) pengertian citra adalah *mental picture* (gambaran mental), sedangkan reputasi adalah *track record* (rekam jejak).



Gambar 1.10 Corporate Reputation

Sumber: Ardianto 2009

Reputasi menjadi baik atau buruk, kuat atau lemah bergantung pada kualitas pemikiran strategi dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan, serta adanya ketrampilan dan energi dengan segala komponen program yang akan direalisasikan dan dikomunikasikan.

Menurut survey yang dilakukan oleh *Corporate Reputation Watch* pada tahun 2002, ada tiga penyebab yang di pandang sebagai ancaman terhadap reputasi, yakni (Prayudi, 2016:13) :

1. Kritik terhadap perusahaan yang disampaikan melalui media cetak atau media penyiaran.
2. Bencana yang mengganggu institusi
3. Tuduhan dari kelompok – kelompok kepentingan atau masyarakat tentang institusi.

Dalam menilai reputasinya, institusi harus menguji persepsi semua publiknya. Anggota Kepolisian merupakan publik pertama yang perlu dianalisis karena perlu memahami visi dan nilai perusahaan dan beraktivitas sesuai dengan yang diharapkan institusi. Persepsi stakeholder perusahaan juga harus menyatu dengan identitas, visi dan nilai institusi. Dengan mengetahui persepsi dari publik institusi, pihak institusi dapat lebih dini mengidentifikasi kemungkinan munculnya isu yang potensial menjadi krisis dan merusak reputasi (Prayudi, 2016:15).

METODA PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, tindakan, persepsi, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2009:6). Penelitian ini ingin melihat bagaimana implementasi Promoter yang dilakukan oleh Polda Jateng guna membangun reputasi. Penulis akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik *purposive sampling*, sampel diambil berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, dimana persyaratan yang dibuat sebagai kriteria harus dipenuhi sebagai sampel. Sampel dianggap orang yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2015:300).

Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Polda Jateng, Polda Jateng dipilih oleh peneliti karena peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan motto Promoter di tingkat daerah.

Subyek Penelitian

1. Kabid Humas Polda Jateng
2. Polisi divisi lain
3. Pakar hukum
4. Masyarakat

Jenis Data

Data Primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*), studi dokumentasi, dan observasi langsung.

Analisis dan Interpretasi Data

Analisis yang dilakukan peneliti yaitu dengan mengaitkan data pada kerangka yang sudah ada. Data yang diperoleh dalam proses penelitian ini disajikan dalam bentuk uraian yang disusun

secara sistematis agar mudah dipahami untuk menjelaskan penelitian pada objek yang diteliti. Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yaitu hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi akan dikumpulkan untuk selanjutnya diidentifikasi dan direduksi oleh peneliti.
- 2) Kemudian data-data yang sudah direduksi tersebut dikelompokkan dan dipilah kedalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan (kategorisasi).
- 3) Data tersebut dianalisis sesuai dengan teori yang ada.
- 4) Hasil analisis data akan dijadikan dasar dalam mengambil kesimpulan yaitu bagaimana Implementasi Promoter sebagai strategi Pembangunan Reputasi Polri di Level Kepolisian Daerah.

HASIL PENELITIAN

Dalam bagian ini penulis akan membahas mengenai temuan penelitian dan menjawab tujuan penelitian dengan menunjukkan bagan “Implementasi Promoter sebagai Strategi Pembangunan Reputasi Polri di Level Kepolisian Daerah”. Dengan mendapatkan data dari wawancara mendalam dengan menggunakan interview guide kepada Kabid Humas Polda Jateng sebagai informan 1, Polisi Polda BSDM sebagai informan 2, pengamat hukum sebagai informan 3, dan mengambil data menggunakan kuesioner untuk masyarakat sebagai informan 4.

Disini peneliti memaparkan hasil penelitian yang di susun secara sistematis oleh peneliti agar mudah dipahami dengan alur memaparkan kesebelas program Promoter yang sudah dijalankan oleh Polda Jateng, kemudian bagaimana internal Polda Jateng menerapkan budaya organisasi Promoter dalam bertugas, setelah itu peneliti melakukan survei kepada masyarakat untuk mengetahui respon mengenai pelayanan public yang dilakukan oleh Polda Jateng dengan menggunakan kuesioner, dan kemudian mendapatkan pandangan pakar hukum mengenai Promoter di Polda Jateng. Berikut bagan Implementasi Promoter sebagai Strategi Pembangunan Reputasi Polri di Level Kepolisian Daerah:

Implementasi Promoter sebagai Strategi Pembangunan Reputasi Polri di Level Kepolisian Daerah Polda Jateng

11 Program Promoter di Polda Jateng

- 1. Pemantapan reformasi internal Polri**
Melaksanakan program ABC Clear&Clean
- 2. Peningkatan pelayanan publik yang lebih mudah bagi masyarakat dan berbasis teknologi informasi**
Melaksanakan program SiBejo dan SMILE Police
- 3. Penanganan kelompok radikal pro kekerasan dan intoleransi yang lebih optimal**
Polda Jawa tengah melaksanakan sosialisasi tentang Cegah aksi Gerakan anti pancasila atau Radikalisme
- 4. Peningkatan profesionalisme Polri menuju keunggulan.**
Polda Jateng melakukan penyusunan rumpun jabatan fungsional dan sertifikasi profesi melalui program Ayo Validasi
- 5. Peningkatan kesejahteraan anggota Polri**
asuransi ketenagakerjaan oleh BPJS dan kartu Promoter dari bank BRI
- 6. Penataan kelembagaan dan pemenuhan proporsionalitas anggaran serta kebutuhan minimal sarana dan prasarana.**
Polda Jateng telah menjabarkan alokasi anggaran Polda Jateng TA 2018
- 7. Penguatan Harkamtibmas**
Pengamanan Pilkada serentak dilakukan Polda Jateng untuk pemungutan suara Pilkada Jateng 2018
- 8. Membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap Kamtibmas.**
Polda Jateng memiliki aplikasi Panic Button
- 9. Penegakkan hukum yang lebih professional dan berkeadilan**
Data laporan mingguan meliputi kejahatan jalanan, terorisme, korupsi dan narkoba
- 10. Penguatan pengawasan**
Polda Jateng memiliki aplikasi E-Complai untuk masyarakat
- 11. Quick Wins**
penertiban dan penegakan hukum bagi organisasi radikal dan anti Pancasila, aksi nasional pembersihan preman dan premanisme

Respon masyarakat mengenai pelayanan publik yang dilakukan oleh Polisi

Proses pembuatan sulit	Proses lama
SIM : menyetujui 40% STNK : ragu-ragu 33,33% SKCK : tidak setuju 40% BPKB : ragu-ragu 50%	SIM : menyetujui 50% STNK : ragu-ragu 36,67% SKCK : tidak setuju 56,57% BPKB : ragu-ragu 43,33%
Petugas tidak ramah	Petugas tidak memberikan info dengan jelas
SIM : tidak setuju 40% STNK : tidak setuju 43,33% SKCK : tidak setuju 46,67% BPKB : ragu-ragu 46,67%	SIM : ragu-ragu 40% STNK : tidak setuju 40% SKCK : tidak setuju 53,33% BPKB : tidak setuju 43,33%
Terdapat calo saat prosesnya	Penanganan kasus kejahatan oleh Polisi masih lamban 50%
SIM : menyetujui 43% STNK : menyetujui 43,33% SKCK : tidak setuju 56,67% BPKB : ragu-ragu 50%	Pelayanan publik yang dilakukan Polisi tidak berbasis IT ragu-ragu 40%
aplikasi SMILE POLICE sulit di akses ragu-rau 56,57%	Polisi masih melakukan pungli setuju 40%
aplikasi SMILE POLICE responnya lama ragu-ragu 56,67%	Apakah Polisi diskriminatif ragu-ragu 36,67%
Polisi masih melakukan korupsi ragu-ragu 50%	Apakah saat kehilangan barang berharga anda tidak akan melapor kepada Polisi ragu-ragu 40%

Penerapan Budaya Organisasi Promoter di Polda Jateng



Tanggapan pakar hukum



PEMBAHASAN

Pembangunan Reputasi Polri di Polda Jateng Menurut Elemen Pembentuk Reputasi

Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi juga baru bertahan dan sustainable apabila konsistennya perkataan dan perbuatan. Menurut Fombrum (Fombrum, dalam Ardianto 2009:45), terdapat empat sisi reputasi korporat yaitu *credibility* (kredibilitas), *trustworthiness* (terpercaya dalam pandangan karyawan), *reliability* (keterandalan di mata masyarakat), dan *responsibility* (tanggung jawab sosial). Disini peneliti akan menjabarkan pembangunan reputasi Polda Jateng dengan menjabarkan sisi reputasi dengan menggunakan data yang diperoleh dari para stakeholder.

Kredibilitas (*Credibility*)

Polda Jateng dikatakan kredibel apabila tugas dan fungsinya secara pre-emptif dan preventif daripada represif sudah terlaksana dengan baik. Memberikan pelayanan berupa pembinaan, penataan, dan pemanfaatan potensi masyarakat, merupakan upaya pre-emptif yang harus dilakukan Polda Jateng untuk pembangunan reputasi. Kemudian preventif adalah upaya kepolisian untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Tanggapan masyarakat mengenai kredibilitas Polda Jateng juga peneliti uraikan dari kuesioner yang sudah peneliti lakukan kepada 30 responden masyarakat kota Semarang. Sebanyak 50% masyarakat ragu-ragu dan 26,67% setuju jika Polisi masih melakukan korupsi, 36,67% masyarakat ragu jika Polisi melakukan diskriminatif. 40% setuju jika Polisi masih melakukan pungli dan kepercayaan masyarakat kepada polisi juga kecil karena sebanyak 40% masyarakat ragu jika saat kehilangan barang tidak akan melapor kepada Polisi yang dikarenakan 50% masyarakat setuju jika penanganan kasus kejahatan oleh Polisi masih lamban.

Terpercaya (*Trustworthiness*)

Citra di mata anggota Polri, di mana institusi mendapat kepercayaan dari anggota, disini institusi dapat memberdayakan anggota dengan optimal dan dapat menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan bagi anggota. Dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara dengan Kabid Humas Polda Jateng, setiap anggota Polri yang berprestasi akan mendapatkan penghargaan dari Kapolda Jateng. Dalam acara Police Award merupakan bentuk apresiasi terhadap anggota yang berprestasi yang memiliki kontribusi meningkatkan citra polri di depan masyarakat. Acara yang berlangsung di Ballroom hotel Gumaya Tower Semarang memberikan

20 penghargaan dan uang tabungan senilai lima juta rupiah kepada anggota Polri dari berbagai Polres di Jawa Tengah. Selain penghargaan, seluruh anggota Polri juga memiliki kartu Promoter, dimana Polri bekerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam merealisasikannya.

Keterandalan (*Reliability*)

Reputasi ini dibangun untuk masyarakat dengan cara selalu menjaga reputasi institusi, menjamin terlaksananya pelayanan masyarakat yang dilakukan oleh setiap anggota Polri. Dalam UU no 2 tahun 2002 dimana berisikan tugas dan kewajiban Polisi untuk mengayomi, melindungi dan melayani masyarakat. Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner dengan responden 30 masyarakat yang berdomisili di Semarang. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon atau tanggapan masyarakat mengenai pelayanan publik oleh Polisi, seperti pelayanan pengurusan SIM, STNK, SKCK, BPKB dan aplikasi SMILE Police.

Tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*)

Tanggung jawab sosial ini ditujukan kepada masyarakat, seberapa banyak institusi membantu pengembangan masyarakat dan seberapa peduli institusi terhadap masyarakat. Dalam upaya pre-emptif Polda Jateng telah melakukan pembinaan-pembinaan kepada masyarakat mengenai penanganan kelompok radikal untuk membangun daya cegah dan tangkal masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembangunan reputasi Polda Jateng dengan melihat implementasi Promoter di kalangan stakeholder Polda Jateng sebagai elemen pembentuk reputasi. Dalam penelitian ini peneliti telah mengumpulkan berbagai data mengenai program-program Promoter yang dijalankan oleh Polda Jateng, baik program untuk internal Polda Jateng maupun masyarakat. Dari data yang sudah di rangkum oleh peneliti, berikut kesimpulan dari penelitian ini:

Dalam implementasi Promoter sebagai strategi pembangunan reputasi, Polda Jateng telah melaksanakan kesebelas program Promoter tersebut dengan memanfaatkan teknologi informasi modern untuk mempermudah pelayanan masyarakat namun dalam pelaksanaannya

masih belum maksimal dilihat dari minimnya respon masyarakat terhadap program-program Promoter.

Tujuan dari dibentuknya Promoter adalah memperbaiki reputasi dan mendapatkan kepercayaan masyarakat kepada Polisi, dari data yang didapat peneliti dari responden masyarakat, Polisi masih belum dipercaya masyarakat karena kinerja yang masih lamban dan tidak maksimal. Terlihat dari respon masyarakat yang menyatakan jika 50% menyetujui jika penanganan kasus yang dikerjakan masih lamban.

Polda Jateng dalam memberikan pelayanan masyarakat masih ditemukannya kekurangan, dilihat dari beberapa program yang sudah di publikasikan ke publik tetapi tidak dapat di akses, kemudian kurangnya publikasi yang dilakukan Polda Jateng untuk mempromosikan program-programnya untuk pelayanan masyarakat, terbukti dengan jumlah pengunduh aplikasi yang sedikit. Dalam riset yang dilakuakn oleh peneliti masyarakat masih mengeluhkan dengan proses pembuatan SIM, BPKB dan STNK yang sulit dan membutuhkan waktu yang lama, dan di setiap pengurusan masyarakat menyetujui jika terdapat calo yang menawarkan jasanya, hanya proses pembuatan SKCK yang mendapatkan respon positif masyarakat karna proses dan pembuatannya mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Untuk penerapan budaya Promoter di internal Polda Jateng seluruhnya berpegang teguh pada tiga tahapan pokok yaitu Pre-emptif, Preventif dan Represif. Pemberian reward kepada anggota Polisi teladan juga rutin dilaksanakan guna memotivasi dan meminimalisir pelanggaran yang dilakukan oleh anggota Polisi, tetapi dalam tugasnya masih saja ditemukan petugas-petugas KABID yang melakukan pungli bahkan percaloan di tempat-tempat pelayanan masyarakat.

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya antara lain sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian terhadap tingkat pemahaman Promoter di internal Polda Jateng dan masyarakat.
2. Meneliti tentang insentif rewards untuk anggota Polisi terhadap loyalitasnya kepada Polda Jateng.
3. Melakukan penelitian terhadap Polisi yang pernah melakukan pelanggaran hukum untuk mengetahui faktor penyebab pelanggaran hukum tersebut dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro.2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Remaja Rodakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moeljono, Djokosantoso.2005.*Budaya Organisasi dalam Tantangan*.Jakarta:PT. Elex Media Komputerindo.
- Moleong, J, Lexy. 2004.*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady.2012.Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Suriyanto.2009.*Mendesain Logo*.Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro.2010.Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*.Bandung: Alfabeta.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yin, K Robert.2002.*Studi Kasus :Desain dan Metode*. PT Rajagrafindo Persada:Jakarta.

Internet

<https://promoter.polri.go.id/> (akses 6 September 2017).

<http://www.lsi.or.id> (akses 18 November 2017).

“Irjen Djoko Susilo Divonis 10 tahun penjara denda Rp 500 juta”

<http://nasional.kompas.com/read/2013/09/03/1620347/Irjen.Djoko.Susilo.Divonis.10.Tahun.Penjara.Denda.Rp.500.Juta> (akses 9 September 2017).

“Faktor yang membuat kepercayaan public rendah terhadap Polisi versi Jendral Tito”

<http://nasional.kompas.com/read/2016/08/18/18524141/faktor.yang.membuat.kepercayaan.publik.rendah.terhadap.polisi.versi.jenderal.tito> (akses 20 September 2017).