

## **STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLRESTA SURAKARTA DALAM SOSIALISASI APLIKASI SIOLOS**

Yudha Prasetyo<sup>1\*</sup>, Rahmat Wisudawanto<sup>2</sup>, Sofia Ningsih Rahayu Putri<sup>3</sup>  
Universitas Sahid Surakarta  
Email: windhapras28gmail@com

### **ABSTRAK**

Aplikasi SIOLOS merupakan singkatan dari Sistem Operasi Layanan Online. Aplikasi SIOLOS sendiri merupakan aplikasi yang dirilis oleh Polresta Surakarta yang berguna untuk meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat khususnya pelayanan online. Fungsi dari aplikasi SioLos ini meliputi berbagai kegunaan yaitu terdapat berbagai banyak fitur seperti tata cara pembuatan SIM, SKCK, dan sebagainya. Dalam sosialisasi aplikasi SIOLOS, Humas Polresta Surakarta menggunakan media sosial Instagram dengan nama akun @polrestasurakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas Polresta Surakarta dalam sosialisasi aplikasi SIOLOS, yaitu Publication, Event, News, Corporate Identity, Community Invoment, Lobbying and Negotiation, Corporate Social Responsibility. Humas Polresta Surakarta cukup efektif dalam melakukan sosialisasinya karena menggunakan media sosial Instagram yang memiliki pengikut sekitar 65 ribu dan diakses masyarakat secara luas.

**Kata kunci:** Instagram, Strategi Komunikasi, SIOLOS, Humas, Polresta Surakarta

### **ABSTRACT**

*SIOLOS application stands for Sistem Operasi Layanan Online. The SIOLOS application itself is an application released by the Surakarta Police which is useful for improving information services to the public, especially online services. The function of this siolo application includes various uses, namely there are many features such as procedures for making a SIM, SKCK, and so on. the public relations of Polresta Surakarta used social media Instagram with the account name @polrestasurakarta. The study aims to explain the public relations strategy of Polresta Surakarta in disseminating the SIOLOS application. This research uses a descriptive qualitative research method. Methods of collecting data used interviews and documentation. The results showed the Polresta Surakarta Public Relations strategy in socializing the SIOLOS application, namely publication, event, news, corporate identity, community involvement, lobbying and negotiation, and corporate social responsibility. The public relations of Polresta Surakarta are quite effective in conducting its socialization because it uses Instagram social media, which has about 65 thousand followers and is widely accessed by the public.*

**Key word:** Instagram, Communication Strategy, SIOLOS, Public Relations, Polresta Surakarta

### **PENDAHULUAN**

Aplikasi SIOLOS sendiri merupakan singkatan dari Sistem Operasi Layanan Online. Aplikasi SIOLOS merupakan cara Polresta Surakarta dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat khususnya dibidang pelayanan online. Dalam menjalankan aplikasi ini tentunya Polresta Surakarta membutuhkan masyarakat sebagai sasaran utamanya. Dalam menyampaikan sosialisasi aplikasi SIOLOS, Humas Polresta Surakarta menjalankan berbagai strategi yang bertujuan untuk memberikan informasi dan sebagai salah satu pelayanan kepada masyarakat. Strategi ini diharapkan dapat menyampaikan pesan dan informasi dengan baik, sehingga pesan yang dapat tersalurkan kepada masyarakat secara luas. Sarana yang digunakan Humas Polresta Surakarta dalam melakukan sosialisasi aplikasi SIOLOS ini menggunakan media sosial Instagram yang dimiliki oleh Polresta Surakarta dengan nama akun @polrestasurakarta dengan jumlah pengikut 65 ribu. Kegiatan sosialisasi SIOLOS yang dilakukan humas Polresta Surakarta melalui media sosial Instagram sudah dijalankan mulai dari tahun 2021 sampai 2022 dimana sudah terdapat postingan mengenai aplikasi SIOLOS sebanyak 4 postingan saja, akan tetapi jumlah yang digunakan didalam penelitian ini hanya 1 postingan di akun instagram resmi Polresta Surakarta.

Dari berbagai program kerja dalam sosialisasi maupun kegiatan lainnya oleh Humas Polresta Surakarta seperti pelaksanaan vaksinasi covid 19, pelayanan SKCK, operasi patroli gabungan, operasi razia knalpot brong, dokumentasi kegiatan konferensi pers, peneliti tertarik dengan sosialisasi yang dilakukan Humas Polresta Surakarta mengenai aplikasi SIOLOS karena aplikasi ini sangat membantu masyarakat khususnya warga Surakarta tentang informasi mengenai berbagai pelayanan publik yang ada di Polresta Surakarta contohnya cara membuat SIM, SKCK, serta informasi lainnya yang ada di dalam aplikasi tersebut. Sosialisasi aplikasi SIOLOS dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan baik apabila Humas Polresta Surakarta memiliki berbagai strategi yang dijalankan secara baik. Dari ketertarikan peneliti tentang penelitian ini hanya berfokus pada bagaimana aplikasi SIOLOS dapat membantu kinerja Polresta Surakarta khususnya di bagian sector pelayanan online.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Komunikasi merupakan bagaimana cara komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif supaya pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh penerimanya. Proses komunikasi terjadi apabila seseorang berinteraksi dalam sebuah aktivitas komunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan agar terwujudnya motif komunikasi. Definisi diatas menjelaskan bahwa proses komunikasi merupakan proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

Selanjutnya menurut Laswell cara terbaik untuk mengetahui proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Chanel, To Whom, With What Effect* (Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, Dengan Efek Apa). Pertanyaan tersebut adalah sebuah pertanyaan yang diambil dari unsur-unsur komunikasi. Unsur-unsur komunikasi menurut Laswell yaitu, Komunikator (sender), pesan (message), saluran (channel), Komunikan (receiver) dan umpan balik (feedback/effect).

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strat gos* yang memiliki arti komandan perang pada jaman tersebut. Adapun pengertian strategi pada saat ini yaitu suatu rencana jangka panjang yang diikuti tindakan yang ditunjukkan mencapai tujuan tertentu. Pengertian organisasi dalam konteks organisasi yaitu menetapkan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang yang memiliki sifat dasar bagi sebuah organisasi, yang dilanjutkan dengan menetapkan rencana aktifitas sumber daya yang diperlukan guna mencapai berbagai sasaran yang diinginkan. Strategi pada dasarnya merupakan salah satu perencanaan (planning) dan manajemen (management) dalam mencapai sebuah tujuan tertentu, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik oprasionalnya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa suatu strategi dapat diartikan sebagai seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang dapat dijadikan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam strategi komunikasi yang baik perlu adanya koordinasi tim dalam bekerja, memiliki tema, dapat mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki suatu taktik dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan dan juga dapat memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Morrisan, 2008:152).

Firsan Nova (2011) berpendapat bahwa strategi public relations atau yang lebih dikenal dengan bauran public relations adalah sebagai berikut:

1. Publikasi (Publication)

Publikasi adalah cara PR dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya.

2. Acara (Event)

Acara adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR (Corporate Social Responsibility), charity, dan lain-lain. Hal ini berkaitan dengan penyusunan program acara, dapat dibedakan menjadi :

- a. Calendar Event – Regular Event (kegiatan rutin).
- b. Special Event – kegiatan khusus dan dilaksanakan pada moment-moment tertentu. Launching produk
- c. Moment Event – kegiatan yang bersifat momentum, contohnya : perayaan ulang tahun perusahaan.

3. Pesan/berita (News)

Pesan adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respon yang positif.

4. Citra Perusahaan (Corporate Identity)

Citra Perusahaan adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif, tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

5. Hubungan Dengan Khalayak (Community Involment)

Hubungan dengan khalayak adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, stockholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dan lain-lain).

6. Teknik Lobby dan Negosiasi (Lobbying and Negotiations)

Teknik lobby dan negosiasi adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan.

7. CSR (Social Responsibility/Coorporate Social Responsibility)

CSR merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dikategorikan dalam kualitatif yang bentuknya bersifat deskriptif dikarenakan penelitian ini menjelaskan pemahaman masalah dalam memberikan uraian secara deskriptif terkait strategi yang dilakukan oleh Humas Polresta Surakarta dalam sosialisasi aplikasi SIOLOS. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian adalah hasil wawancara dengan staff Humas Polresta Surakarta. Data sekunder penelitian ini ialah meliputi berbagai dokumen seperti postingan media sosial instagram, foto, video dan screenshot yang ada dalam aplikasi SIOLOS yang terkait dengan penelitian.

Analisis data yang dilakukan dengan tiga alur yang terjadi secara bersamaan yaitu: Reduksi Data, dengan menyederhanakan data secara terus menerus selama penelitian sehingga ditarik kesimpulan dan diverifikasi. Penyajian Data dilakukan dengan menyusun segala informasi dan menjadikan satu secara keseluruhan sehingga dapat tercapai analisis kualitatif yang valid. Penarikan Kesimpulan dilakukan dengan cara menggabungkan dan membandingkan data dengan yang lain agar mudah ditarik kesimpulan dan dapat mendapatkan jawaban dari kondisi permasalahan yang ada atau terjadi. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk menunjukkan keunggulan, kelemahan, ancaman, yang dihadapi humas dalam menerapkan strategi komunikasi dalam menyampaikan sosialisasi aplikasi SIOLOS.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dipaparkan analisis terkait dengan strategi humas Polresta Surakarta. Analisis strategi tersebut akan dikaitkan berdasarkan teori yang ada dalam bab tinjauan pustaka. Adapun paparan dari analisis strategi dengan pada teori strategi humas menurut Firsan Nova (2011:54-55).

### **1. Publikasi (Publication)**

Publikasi adalah cara PR dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya. strategi komunikasi Humas Polresta Surakarta dalam memperkenalkan atau menginformasikan aplikasi SIOLOS memanfaatkan media sosial dan website sebagai bentuk sosialisasinya. Hal ini dikarenakan pemanfaatan media online Instagram sebagai media sosialisasi cukup efektif karena jumlah followernya yaitu 65 ribu di akun resmi instagram Polresta Surakarta. Pernyataan di atas dapat didukung melalui contoh berikut:



Gambar 1. Contoh Sosialisasi Pelayanan Online Humas Polresta Surakarta. Sumber:

Gambar 1 merupakan contoh sosialisasi humas Polresta Surakarta dalam memperkenalkan aplikasi SIOLOS. Polresta Surakarta menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan Sistem Operasi Layanan Online (SIOLOS) kepada masyarakat, khususnya bagi warga Surakarta. Hal tersebut ditekankan dalam postingan instastory dengan caption “Jangan Lupa Download Aplikasi SIOLOS.” Penjelasan diatas juga didukung dari hasil wawancara sebagai berikut :

*“Humas Polresta Surakarta aktif melakukan sosialisasi aplikasi SIOLOS keapada masyarakat dan personel Polresta Surakarta. Dalam sosialisasi aplikasi SIOLOS kepada masyarakat Humas Polresta Surakarta memanfaatkan media sosial yang dimiliki oleh Polresta Surakarta.” (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan wawancara di atas Humas Polresta Surakarta sudah melakukan sosialisasi Aplikasi SIOLOS dengan cara memanfaatkan atau menggunakan media sosial yang dimiliki oleh Polresta Surakarta.

## **2. Pesan/berita (News)**

Pesan adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respon yang positif.

Dalam strategi komunikasi ini Humas Polresta Surakarta menyampaikan informasi tentang Aplikasi SIOLOS secara langsung berupa saat ada kegiatan Car Free Day dan juga secara tidak langsung mengenalkan aplikasi SIOLOS ini saat masyarakat bertanya tentang pelayanan Polresta Surakarta seperti SKCK, SIM, dll. Hal ini berdasarkan hasil wawancara berikut :

*“Dalam setiap kesempatan sering kami mengenalkan SIOLOS kepada masyarakat seperti saat CFD dan lain-lain. Humas Polresta Surakarta secara tidak langsung mengenalkan SIOLOS saat masyarakat bertanya tentang pelayanan Polresta Surakarta seperti SKCK, SIM, dll.” (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan diatas humas Polresta Surakarta sudah melakukan strategi komunikasi mengenai sosialisasi yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

## **3. Acara (Event)**

Acara adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR (Corporate Social Responsibility), charity, dan lain-lain. Dalam strategi pelaksanaan ini, humas Polresta Surakarta tidak ada event khusus seperti seminar maupun pameran dalam melakukan sosialisasi aplikasi SIOLOS. Penjelasan diatas juga didukung dari hasil wawancara sebagai berikut :

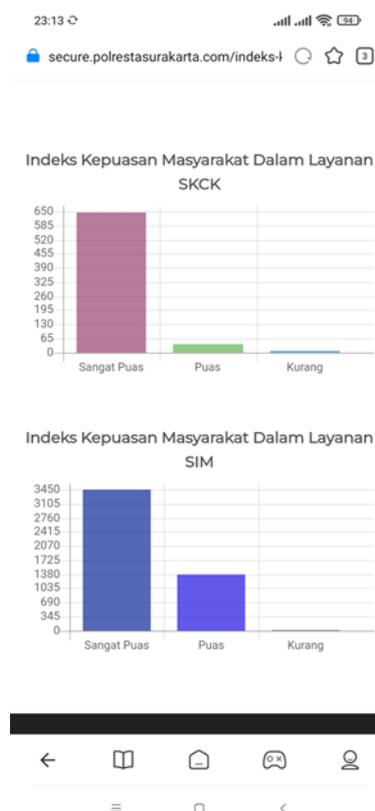
*“Tidak ada event khusus yang dilaksanakan untuk sosialisasi SIOLOS.” (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan diatas Humas Polresta Surakarta belum menjalankan strategi pada tahap ini. Dapat dilihat dari hasil wawancara tersebut belum adanya acara khusus yang dibuat dalam melakukan sosialisasi, yang bertujuan agar masyarakat lebih memahami atau mengetahui aplikasi SIOLOS ini.

#### 4. Citra Perusahaan (Corporate Identity)

Citra Perusahaan adalah cara pandang khalayak kepada suatu perusahaan terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif maupun negatif, tergantung dari upaya apa saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan sebuah perusahaan.

Dalam strategi corporate identity ini. Cara pengukuran kepuasan terhadap aplikasi SIOLOS ini Polresta Surakarta menggunakan indeks dari beberapa pilihan menu yang terdapat dalam aplikasi SIOLOS. Dengan adanya pengukuran yang dilakukan Polresta Surakarta, hal ini dapat diketahui kepuasan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi SIOLOS. Penjelasan ini dapat diamati dalam gambar berikut :



Gambar 2. Statistik Kepuasan Masyarakat Terhadap pelayanan SKCK dan SIM.  
Sumber: Polresta Surakarta.

Gambar diatas merupakan statistika kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh aplikasi SIOLOS ini. Dalam gambar statistik tersebut menggambarkan bahwa masyarakat cenderung merasa sangat puas terhadap pelayanan yang terdapat pada aplikasi tersebut. Hal ini diperjelas dengan statistik indek kepuasan masyarakat dalam pelayanan SKCK online di website SIOLOS, bahwa “650

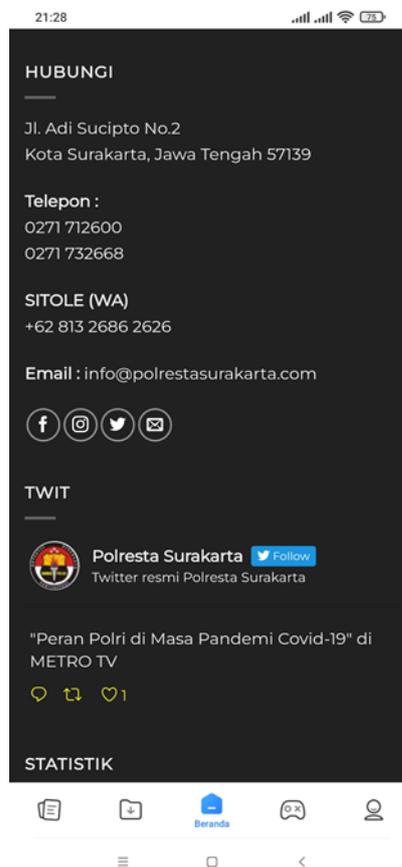
pengguna merasa sangat puas dan kurang dari 65 pengguna merasa puas atau kurang”. Selain pelayanan SKCK gambar diatas juga menunjukkan indeks kepuasan pelayanan SIM. Dengan gambaran “3450 pengguna merasa sangat puas dan 1380 pengguna merasa puas”. Penjelasan diatas juga didukung dari hasil wawancara sebagai berikut:

*“Respon masyarakat sangat bagus saat kami melaksanakan sosialisasi SIOLOS terhadap masyarakat. Oleh karena itu masyarakat yang sedang membutuhkan layanan Polresta Surakarta pastinya memiliki respon sangat bagus.” (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan strategi diatas, penerapan strategi citra perusahaan oleh Humas Polresta Surakarta berjalan cukup baik, dapat dilihat dari respon sangat bagus masyarakat mengenai sosialisasi yang disampaikan Humas Polresta Surakarta mengenai aplikasi SIOLOS.

### **5. Hubungan Dengan Khalayak (Community Involment)**

Hubungan dengan khalayak adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak (stakeholder, stockholder, media, masyarakat di sekitar perusahaan, dan lain-lain). Dalam hal ini strategi yang dilakukan Polresta Surakarta menyediakan pelayanan pengaduan lainnya seperti melalui telephone, whatsapp, twitter, serta Email yang sudah tertera. Dengan memantau aduan yang masukan melalui aplikasi SIOLOS dapat diketahui apakah sudah efektif atau tidanya sesuai target yang diinginkan. Penjelasan ini dapat diamati dalam gambar berikut :



Gambar 3. Call Center Aplikasi SIOLOS. Sumber:

Gambar diatas merupakan call center pada aplikasi SIOLOS. Adanya call center ini bertujuan supaya masyarakat yang kurang memahami cara penggunaan fitur-fitur aplikasi SIOLOS bisa menghubungi langsung melalui Telephone, Whatsapp, Email. Keterangan ini terdapat pada aplikasi SIOLOS yang bertuliskan “HUBUNGI : Telephone (0271712600 / 0271732668), SITOLE (WA : +6281326662626),

Email : [info@polrestasurakarta.com](mailto:info@polrestasurakarta.com)". Penjelasan diatas juga didukung dari hasil wawancara sebagai berikut :

*"Karena SIOLOS sangat membantu masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari Polresta Surakarta sehingga SIOLOS dapat sebagai sarana Humas Polresta Surakarta dan masyarakat untuk membangun sebuah relasi." (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan diatas, penerapan strategi hubungan dengan khalayak oleh Humas Polresta Surakarta dengan memberikan call center bagi masyarakat yang mengalami kesulitan dalam menggunakan beberapa fitur yang ada di aplikasi SIOLOS.

## 6. Teknik Lobby dan Negosiasi (Lobbying and Negotiation)

Teknik lobby dan negosiasi adalah sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan. Untuk bagian strategi ini Polresta Surakarta melakukan penerapan rencana yang terkait dengan sosialisasi aplikasi SIOLOS ini yaitu dengan membuat jadwal periodik secara berkala. Hal ini berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut :

*"Humas Polresta Surakarta melakukan perencanaan secara periodik dalam melaksanakan sosialisasi SIOLOS baik secara langsung maupun tidak langsung. Sesuatu yang direncanakan dengan baik akan mengurangi hambatan/kegagalan." (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penerapan strategi teknik lobbying dan negosiasi yang dilakukan Humas Polresta Surakarta dalam melakukan sosialisasi sudah cukup baik, tetapi tidak dijelaskan secara rinci bagaimana perencanaan mengenai tahap ini.

## 7. CSR (Social Responsibility/ Corporate Social Responsibility)

CSR merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Dalam bagian strategi ini Polresta Surakarta dengan adanya aplikasi SIOLOS ini diharapkan dapat membantu serta mempermudah kebutuhan yang diperlukan masyarakat seperti membuat SIM, SKCK, dan sebagainya. Penjelasan ini dapat diamati pada gambar berikut :



Gambar 4. Form Pembuatan SKCK pada Aplikasi SIOLOS

Gambar 4 merupakan contoh form dalam membuat SKCK yang terdapat pada aplikasi SIOLOS. Dalam gambar diatas memperlihatkan formulir pembuatan SKCK baru melalui layanan online. Hal tersebut diperjelas dalam keterangan pada website SIOLOS yang bertuliskan "SYARAT PEMBUATAN SKCK

BARU (wajib dibawa saat ke kantor polresta Surakarta)”. Dalam gambar diatas juga berisi berkas-berkas seperti, fotocopy ktp (ktp Surakarta), fotocopy KK, fotocopy akta lahir/ijazah terakhir), pas foto 4x6 6 lembar latar belakang merah. Penjelasan diatas juga didukung dari hasil wawancara berikut :

*“Secara tidak langsung aplikasi SIOLOS sangat membantu pelaksanaan tugas Humas Polresta Surakarta.” (Wawancara dengan Ipda Iswan Tri Wahudiono, pada tanggal 29 Juli 2022).*

Berdasarkan penjelasan diatas, penerapan strategi CSR oleh Humas Polresta Surakarta sudah cukup baik, dengan adanya aplikasi SIOLOS dapat membantu pelaksanaan berbagai tugas Humas Polresta Surakarta.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari analisis hasil penelitian mengenai strategi komunikasi humas Polresta Surakarta dalam sosialisasi aplikasi SIOLOS kepada masyarakat menggunakan strategi komunikasi tujuh langkah menurut Firsan Nova (2011 : 54-55), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Strategi yang digunakan humas Polresta Surakarta dalam menyampaikan sosialisasi aplikasi SIOLOS yaitu dengan menggunakan beberapa langkah sesuai dengan teori strategi komunikasi humas menurut Firsan Novan (2011 : 54-55). Ada beberapa langkah strategi komunikasi yang sudah dijalankan dan ada juga beberapa langkah yang belum dijalankan Humas Polresta Surakarta dalam menyampaikan sosialisasi aplikasi SIOLOS. Terlebih lagi dalam melakukan sosialisasi terhadap masyarakat belum mendasar pada fakta dilapangan pada hasil survey yang dilakukan karena Humas Polresta Surakarta hanya melakukan survey melalui media sosial khususnya Instagram. Tetapi, Humas Polresta Surakarta cukup efektif dalam sosialisasinya karena menggunakan media sosial Instagram yang memiliki pengikut sekitar 65 ribu di akun resmi Polresta Surakarta, dengan banyaknya follower dapat menjadikan sarana sosialisasi yang efektif karena dapat dilihat dan diakses masyarakat secara luas.

## **Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka diberikan saran sebagai berikut :

- a. Penelitian ini menganalisis Strategi Komunikasi Humas Polresta Surakarta Dalam Menyampaikan Sosialisasi SIOLOS dengan menggunakan teori strategi humas Firsan Nova (2011). Teori-teori terkait dengan strategi humas yang lain dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.
- b. Penelitian ini hanya meneliti strategi komunikasi humas Polresta Surakarta dalam menyampaikan sosialisasi aplikasi SIOLOS terhadap masyarakat.
- c. Kepada pihak humas Polresta Surakarta hendaknya untuk melakukan survey langsung kelapangan terlebih dahulu sebelum merilis aplikasi SIOLOS dan lebih memaksimalkan strategi yang akan digunakan dalam melakukan sosialisasi aplikasi ini, serta program sosialisasi ke masyarakat sebaiknya dilakukan sesering mungkin.
- d. Kepada pihak humas Polresta Surakarta dalam melakukan sosialisasi lewat media sosial instagram lebih aktif mengupload postingan sesering mungkin dengan gambar tampilan yang elegant serta caption yang menarik.
- e. Kepada pihak humas Polresta Surakarta dalam melakukan sosialisasi aplikasi SIOLOS, alangkah baiknya sarana yang digunakan sebaiknya tidak hanya menggunakan media sosial Instagram saja tetapi bisa menggunakan media cetak seperti membuat spanduk yang ditempatkan diberbagai titik yang strategis di area Surakarta.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi, (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Cangara, Hafied, (2011), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, Persada.
- Effendy, Onong Uchyana, (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firsan Nova, (2011). *Crisis Public Relations Strategi PR dalam Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- Hasan, M. Iqbal, (2002), *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bandung: Ghalia Indonesia.
- Komala, L, (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Laswell, H, (1960). *The Structure and Function of Communication in Society*. Urbana: University of

Illinois Press.

- Mulyana, Deddy, (2002), "Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar", PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mulyana, Deddy & Rahmat, Jalauddin, (2006). Komunikasi Antar Budaya "Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya", Bandung : PT Remaja Rosadakarya.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F, (1998), "Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan", Terjemahan Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Pawito, (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Riduwan, (2004), Metode Riset, Jakarta: Rineka Cipta.
- Rosmawati, H.P. (2010). Mengenal Ilmu Komunikasi: Metacommunication Ubiquitos. Bandung: Widyapajajaran.
- Ruslan, Rosady, (2014). Manajemen Public Relation & Media Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rumanti. M. A, (2005). Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktek. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruslan. Rosady. S, H., M, M., Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep, dan Aplikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, (2015), Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods), Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, (2006), Metodologi Penelitian Kualitatif, Surakarta: UNS.