

Kemampuan *Cyber Digital* pada Muatan Pendidikan Polri guna Menghadapi Konstelasi Keamanan Global

Ilham Prisgunanto

Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian – PTIK,

Jl. Tirtayasa Raya 6 - Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan telp. 021-7222234,

E-mail: prisgunanto@gmail.com

Abstract :

The world has entered the era of digital cyber characterized by the use of internet-based devices in all lines of life. Disruption phenomenon makes people aware of the shifting work in civilization of human life. It also occurs in the field of police work accompanied by rapid development in the world of criminality on the other hand. This paper wants to show the urgency of some of the competencies of police officers in the field. From the communication and information studies it is clear that the competence of skills that police personnel must possess is their understanding of the information itself philosophically, communicative reliability and public relations practice are also required in field work, plus netiquette in interacting with humans in the digital cyber world, preparation of the media agenda and understand the analysis of the content of existing communication media, but rather to digital media.

Keywords ; cyber-digital, information, competence, communication

Abstrak :

Dunia sudah memasuki era *cyber digital* yang ditandai dengan penggunaan gawai berbasis jejaring internet di segala lini kehidupan. Fenomena *disruption* menyadarkan orang adanya pergeseran kerja dalam peradaban hidup manusia. Hal tersebut juga terjadi pada bidang kerja kepolisian dibarengi dengan perkembangan pesat dalam dunia kriminalitas di lain sisi. Tulisan ini ingin menunjukkan begitu mendesaknya beberapa kompetensi kemampuan anggota polisi di lapangan. Dari kajian komunikasi dan informasi jelas, bahwa kompetensi kemampuan yang harus dimiliki anggota polisi adalah pemahaman mereka akan informasi itu sendiri secara filosofis, keandalan berkomunikasi dan praktik *public relations* juga diperlukan dalam kerja di lapangan, ditambah dengan *netiquette* dalam berinteraksi antar manusia di dunia *cyber digital*, penyusunan agenda media dan memahami analisis isi media komunikasi yang ada, tetapi lebih kepada media digital.

Kata kunci ; Cyber-digital, informasi, kompetensi, komunikasi

Pendahuluan

Perkembangan yang pesat pada dunia teknologi informasi telah mengubah wajah peradaban manusia. Apalagi dengan ditemukannya jejaring internet di era 1970-an yang menyebabkan perubahan pada tatanan dan konstelansi kehidupan manusia yang saat ini sudah mencapai pada tatanan masyarakat informasi. Prediksi-prediksi yang diberikan oleh para sosiolog modern terbukti dengan adanya fenomena *global village* dan terbukanya semua kran informasi di berbagai sektor kehidupan manusia. Prediksi yang sangat kentara adalah munculnya satu dunia lagi, yakni dunia maya yang saat ini dikenal dengan dunia digital yang dahulu dianggap sesuatu yang sangat absrub. Perkembangan yang pesat ini ditandai dengan revolusi digital yang ditandai dengan kegandrungan orang menggunakan jejaring internet dengan menggunakan gawai sederhana telepon pintar yang diproduksi massal oleh para pelaku industri besar saat ini. Penggunaan telepon cerdas *blackberry* seolah memecahkan keheningan orang tentang implementasi nyata jejaringan (*networking*) pada kehidupan manusia sesungguhnya.

Teknologi yang semula hanya dianggap sesuatu yang menakutkan saat ini malah menjadi sahabat dan menjadi sangat perlu dalam keperluan pada efektivitas dan efisiensi kerja manusia dalam bekerja dan berinteraksi satu dengan yang lain. Temuan demi temuan dalam konteks digital sedemikian pesatnya sehingga memunculkan tatanan baru dalam peradaban manusia yang mampu menghilangkan segala kendala dan problematik pelik manusia yang terpecahkan. Perkembangan dalam dunia digital berbasis web (jejaring internet) di segala sektor yang melekat pada semua pertumbuhan industri menyebabkan manusia tidak bisa lepas dari kebutuhan akan interkoneksi dengan jejaringan tersebut setiap saat, dimana saja dan kapan saja.

Kemampuan jejaring yang memiliki kemampuan komputer bisa saling terhubung satu dengan yang lain (interkoneksi) menyebabkan dunia semakin kecil dan sempit dan mudah dijangkau. Manusia bisa terhubung satu dengan yang lain, bahkan jejaring koneksi tersebut bisa leluasa masuk dan menerobos rumah-rumah, kantor dan semua tempat tanpa dapat dibatasi, dihalangi dan dihalau. Bukti nyata dengan maraknya praktik *hacker*, *cracker* dan *skimming* kartu kredit yang marak saat ini dimana dan kapa saja mengintai kehidupan manusia.

Isu-isu disruptif dengan pergeseran pada fungsi dan kerja adalah sebuah konsekuensi logis dari kerja sebuah sistem. Temuan-temuan baru dalam dunia jejaring sosial media mengubah semua pola interaksi manusia yang semula tanpa tatap muka, saat ini harus dalam tatap muka (*interface*) meski itu hanya tatap muka yang palsu. Dengan manusia bisa saling berinteraksi menyebabkan hubungan antar manusia makin kuat dan mereka bisa berbagi informasi secara cepat dan tepat sehingga segala sesuatu didiskusikan dan dirembukkan dalam upaya mencari jawaban dan solusi akan problematika yang ada.

Alhasil dengan saling terhubungnya antar manusia menyebabkan dunia semakin sempit, dan tidak ada lagi batas dan tembok yang bisa menghalangi hubungan antar manusia. Demikian juga dengan birokrasi dan yang panjang bisa dipangkas dengan adanya jejaring informasi yang ada. Terciptanya kampung global (*global village*) benar-benar terjadi dengan kemunculan dunia baru yaitu dunia digital atau *cyber* yang saat ini semakin nyata ada dan dunia tersebut memiliki karakteristik dan keunikan yang jauh berbeda dengan dunia nyata yang ada.

Dunia digital mengalami pergeseran mulai dari era 1.0 dimana penggunaan komputer masih Main Frame yang sedemikian besar dengan model *pear to pear* dengan pangkalan

data (*data base*) terpusat dengan sistem jejaring bintang dan tetap memerlukan ruang yang besar untuk penyimpanan data super besar yang ada dalam penyimpanan yang ada. Kemudian era 2.0 ditandai dengan perubahan besar pada bentuk fisik dan kemudian piranti komputer pribadi (*Personal Computer*) hadir yang diproduksi secara massal. Era ini ditandai dengan meledaknya pembuatan laman dan kanal-kanal informasi di dunia digital. Pada era ini mulai digunakan jejaring internet untuk bisnis karena pada awalnya jejaring internet digunakan hanya untuk kepentingan militer dan pertahanan Negara.

Memasuki era 3.0 dikenal dengan ditemukannya jejaring sosial media yang marak digunakan oleh para *netters*. Penggunaan jejaring sosial sudah banyak diakses tetapi masih dengan menggunakan gawai *personal komputer* (PC). Pada era 4.0 ditandai dengan maraknya penggunaan telepon cerdas berbasis jejaring internet sehingga *netter* dapat leluasa mengakses internet dimana dan kapan saja. Semua orang sudah larut dan menggunakan jejaring internet dalam kehidupan sehari-hari demikian juga untuk keperluan dan tindakan mereka sehari-hari. Berbeda dengan itu era 5.0 dikenal dengan masuknya teknologi artifisial inteligen pada teknologi informasi sehingga memungkinkan dalam efektivitas dan efisiensi kerja manusia. Oleh sebab itu kemungkinan hilangnya profesi kerja manusia menjadi sangat mungkin sekali dengan implementasi teknologi tersebut.

Dengan kemunculan sosial media ini merubah gaya dan interaksi manusia antara satu dengan yang lain. Pada awalnya sosial media dianggap realisasi praktik demokratisasi informasi yang menandai kemunculan pemikiran pemahaman neo sosialis dan Marxisme di era digital. Prediksi keruntuhan kapitalis dianggap menjadi sangat nyata di era digital ditandai dengan kehadiran sosial media. Seperti pendapat Lon Safko dalam buku *the Bible of Social Media* menyebutkan, bahwa *anybody is a producer* atau

semua orang bisa memproduksi informasi tanpa harus memiliki kanal informasi dengan biaya yang besar. Dengan hanya memiliki telepon cerdas (*Smarth Phone*) yang berbasis internet maka mereka bisa memproduksi informasi dengan leluasa.

Namun satu dekade setelah digunakan sosial media untuk berinteraksi begitu banyak problematik yang muncul dalam konteks kriminalitas dalam peradaban manusia. Seperti ujaran kebencian (*hate Speech*), Hoax (informasi palsu) keduanya cukup banyak dan mendominasi kejahatan *cyber digital* saat ini. Aksi kejahatan yang paling mendominasi adalah menyoal pembobolan dan manipulasi informasi sehingga ada penyalahgunaan informasi dalam interaksi antar manusia sebagai *netter*. Kebanyakan kejahatan ini terjadi disebabkan karena kelalaian *nettizen* sendiri dalam menggunakan sosial media. Hal ini lantaran *nettizen* tidak bisa membedakan antara dunia nyata dengan dunia digital sehingga semua terbuka sebebas-bebasnya dan itu menjadi masalah besar dalam praktik interaksi antar *nettizen*.

Tidak hanya masalah itu saja kejahatan teroris dan penjualan manusia juga marak di sosial media dengan berbasis jejaring internet. Dengan tidak ada batas yang melingkupi menyebabkan orang dengan leluasa menggunakan gawai tersebut sebagai alat untuk melakukan sejumlah aksi kejahatan. Perlu dipahami bahwa aksi terorisme tidak akan bermakna tanpa adanya dukungan dari publisitas yang dahulu berorientasi pada media massa mainstream. Saat ini tidak lagi para pelaku lebih menasar pada penggunaan sosial media dan laman yang ada di jejaring internet. Alhasil dapat dikatakan sudah terjadi pergeseran pergerakan dari semula konvensional dengan melakukan penguasaan akan saluran dan pusat informasi, saat ini malah sebaliknya melakukan penggalangan dan mobilisasi massa dalam komunitas tertentu. Dengan adanya kesamaan gerak karena sosial media dan laman

jejaring internet berorientasi pada komunitas dan kelompok-kelompok maka dengan leluasa penggalangan massa menjadi sangat mudah dan memunculkan pemicu (*triggered*) dalam isi pembicaraan menjadi sangat mudah sekali.

Mobilisasi massa yang tentu saja mengarah pada pengancaman pada keamanan dan ketertiban masyarakat oleh sebab itu isu ini menjadi sangat menakutkan dan mengkhawatirkan. Oleh sebab itu tindakan deteksi dini yang ada pada setiap jajaran kepolisian menjadi salah satu hal yang perlu dalam upaya menanggapi dan mengantisipasi segala gerakan yang dimungkinkan dapat memunculkan aksi dan imbas panjang dari konflik besar di masyarakat. Kewaspadaan ini menjadi perlu dalam meningkatkan kepekaan pada lingkungan sekitar dan masyarakat di sekeliling kita. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa memahami kerja dan pola interaksi yang ada di dalam jejaring sosial media di internet menjadi sesuatu yang sangat perlu dan penting dalam kerja kepolisian saat ini.

Pemasalahan

Dunia sudah berkembang pesat dengan temuan-temuan terbaru di bidang teknologi informasi dan komunikasi memasuki era cyber digital semua mengalami perubahan drastis pada berbagai bidang kerja manusia, termasuk operasi kepolisian. Tulisan ini ingin menjelaskan urgensi kemampuan (kompetensi) pendidikan polisi berorientasi dunia *cyber digital* dalam upaya mengantisipasi perubahan dunia global dalam konteks kejahatan cyber digital dalam ruang lingkup kerjanya. Apa saja yang kompetensi dasar yang diperlukan dalam pendidikan kepolisian dalam di era *cyber digital* ini?

Kajian Teoritik

Konsep Dasar Komunikasi

Peran manusia paling inti di era cyber

digital adalah interaksi satu dengan yang lain, dan tentu saja komunikasi menjadi dasar utamanya. Menurut John R. Wenburg, William W. Wilmot, Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken diakui ada tiga kerangka pemahaman komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi Sebagai Tindakan Satu Arah

Komunikasi dipahami sebagai sebuah proses penyampaian pesan searah dari seseorang/ lembaga kepada seseorang/kelompok lainnya, baik secara langsung maupun tidak. Pemahaman komunikasi sebagai suatu proses yang satu arah ini oleh *Michael Burgoon* disebut sebagai “definisi berorientasi sumber” (*source-oriented definition*).

2. Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi dipahami sebagai proses aksi-reaksi, sebab-akibat, yang arahnya bergantian. Komunikasi interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Unsur penting dalam komunikasi interaksi adalah feedback (umpan balik).

3. Komunikasi Sebagai Transaksi

Komunikasi dipahami sebagai kegiatan menafsirkan perilaku orang lain. Ada proses *encoding* dan *decoding* pesan verbal, maupun nonverbal. Semakin banyak peserta komunikasi, maka transaksi yang terjadi akan semakin rumit. Kelebihan konsep ini adalah komunikasi dipahami sebagai konsep yang tidak membatasi pada komunikasi yang disengaja saja. Pemahaman ini mirip dengan “definisi berorientasi penerima” (*receiver-oriented definition*), yaitu menekankan pada variabel-variabel yang berbeda, yaitu; penerima dan makna pesan bagi penerima. Penerimaan pesan di sini bisa bersifat dua arah dan saling berbalasan.

Elemen-Elemen Komunikasi :

1. Sumber (*source*)

Source atau sumber adalah seseorang yang membuat keputusan untuk berkomunikasi. Sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator, pembicara (*speaker*).

2. Pesan (*the message*)

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal, maupun nonverbal yang berisi ide, sikap dan nilai komunikator. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu; makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.

3. Saluran (*the channel*)

Saluran adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima

4. Penerima (*the receiver*)

The receiver atau penerima adalah orang yang menerima pesan. Penerima sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), atau penafsir (*interpreter*).

5. Hambatan (*Barriers*)

Hambatan adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemaknaan pesan yang komunikator sampaikan kepada penerima. Hambatan ini bisa berasal dari pesan, saluran, dan pendengar. Beberapa buku menggunakan istilah *noise* untuk menyebut elemen pengganggu, yang diartikan sebagai gangguan (*disturbance/ interference*) dalam proses komunikasi. *External noise* meliputi

latar belakang pembicaraan, lingkungan, dan teknis saluran. Sedangkan *internal noise* meliputi aspek psikologi peserta komunikasi maupun aspek semantik. Misalnya sebuah kata yang mengandung arti *ambiguitas*. Hambatan komunikasi seperti ; perbedaan persepsi, permasalahan bahasa, kurang mendengarkan, perbedaan emosional, perbedaan latar belakang

6. *Feedback*

Feedback adalah reaksi dan respons pendengar atas komunikasi yang komunikator lakukan. *Feedback* bisa dalam bentuk komentar langsung atau tertulis, surat, atau *public opinin polling*. *Feedback* juga berperan sebagai pengatur (*regulator*). *Feedback* mengontrol atau mengatur aksi komunikasi kita. *Feedback* negatif misalnya berupa kritikan, atau penolakan. Contohnya, "Bisakah Anda diam?". *Feedback* positif misalnya berupa pujian.

7. *The situation* (situasi)

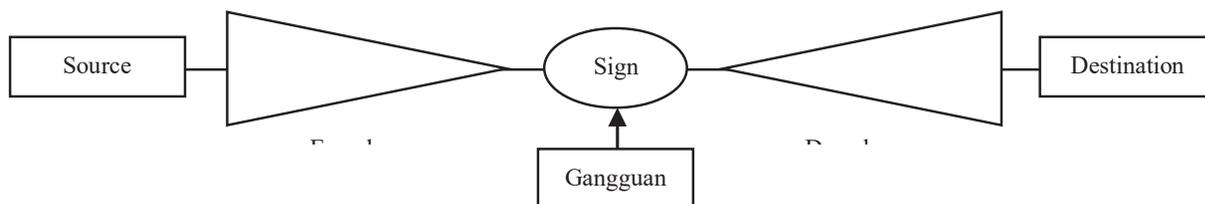
Situasi adalah salah satu elemen paling penting dalam proses komunikasi pidato (*speech communication*). Situasi atau keadaan selama komunikasi berlangsung berpengaruh terhadap *mood* pembicara maupun pendengar, saluran/ media yang dipakai, dan *feedback audience*.

Di antara model awal yang telah dibentuk untuk menerangkan maksud komunikasi. *Laswell* menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses input / linear, yaitu Siapa, Berkata apa, Dalam saluran apa, Kepada siapa, Dengan kesan apa. Di dalam model ini unsur-unsur komunikasi yang ditekankan adalah sumber, pesan, saluran, penerima, kesan dan bagaimana proses maklumat disampaikan antara satu sama lain. Selain itu Model Matematik atau Model *Shannon dan Weaver* pula melihat komunikasi sebagai proses pemancaran pesan. Model ini

juga menjadi asas Teori Komunikasi. *Shannon* dalam terjemahan *Othman Sharif dan Siti Zaleha Hashim* menggambarkan tindakan komunikasi ini mendatangkan umpan balik.

Model komunikasi *Shannon* dan *Weaver* melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seseorang penerima yang menyandi-balik atau mencipta-ulang pesan tersebut. Dengan kata lain model

Gambar 1 - Model Komunikasi *Shannon dan Weaver*

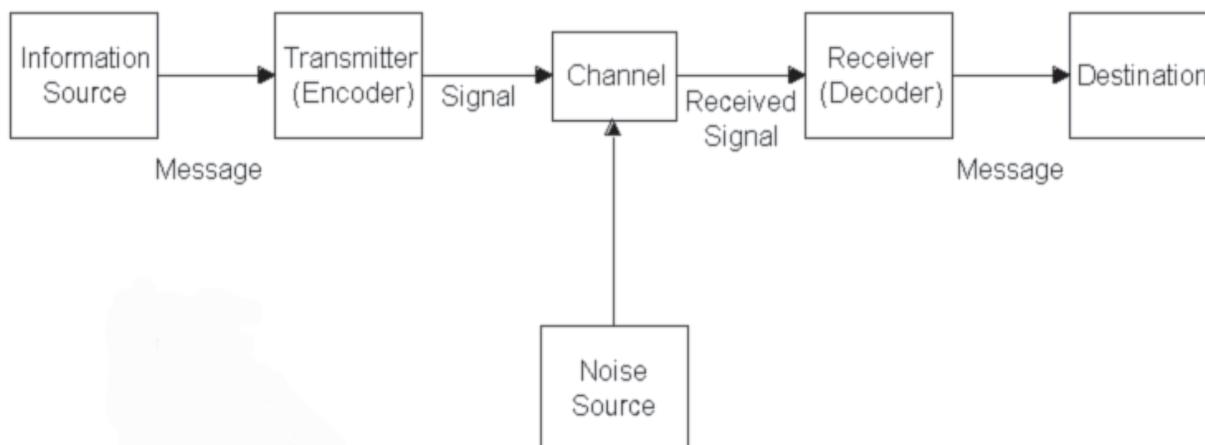


Dalam proses komunikasi terdapat empat elemen yang utama dalam proses komunikasi yaitu sumber, pesan, saluran dan penerima. Model Berlo, ke semua elemen ini penting dalam menyampaikan pesan dalam memastikan efektivitas komunikasi. Lebih lanjut model komunikasi dalam konteks sistem seperti di bawah ini;

Shannon dan *Weaver* mengasumsikan, bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang memungkinkan. Berikut ini unsur komunikasi yang terdapat dalam model komunikasi *Shannon* dan *Weaver* (Mulyana, 2007: 149-150) :

1. Pemancar (*Transmitter*) : Mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan.
2. Saluran (*Channel*) : Medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari *transmitter*

Gambar 2 - Model Komunikasi *Shannon dan Weaver*



(Severin dan Tankard, 1992: 39)

ke penerima (*receiver*).

3. Penerima (*Receiver*) : Mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya

yang dilakukan *transmitter* dengan merekonstruksi pesan dari sinyal.

4. Sasaran (*Destination*) : (otak) orang yang menjadi tujuan pesan itu.
5. Gangguan (*Noise*) : Setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini bisa merupakan interferensi statis atau sebuah panggilan telepon, musik yang hingar bingar di sebuah pesta, sirene di luar rumah. Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama pesan tersebut yang diterima oleh penerima.

Komunikasi Interpersonal Dalam Organisasi

Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam kehidupan kerja suatu organisasi. Hal ini dapat dipahami sebab komunikasi yang tidak baik mempunyai dampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, misalnya konflik antar pegawai, dan sebaliknya komunikasi yang baik dapat meningkatkan saling pengertian, kerja sama dan kepuasan kerja. Oleh karena itu hubungan komunikasi yang terbuka harus diciptakan dalam organisasi. Pada dasarnya komunikasi di dalam organisasi, terbagi kepada tiga bentuk :

1. Komunikasi Vertikal

Bentuk komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah dan sebaliknya. Artinya komunikasi yang disampaikan pimpinan kepada bawahan, dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik.

Fungsi komunikasi ke bawah digunakan pimpinan untuk:

- Melaksanakan kebijaksanaan, prosedur kerja, peraturan, instruksi, mengenai pelaksanaan kerja bawahan.

- Menyampaikan pengarahannya, doktrinasi, evaluasi, teguran.
- Memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebijaksanaan-kebijaksanaan organisasi, insentif.

Seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya, dan memahami cara-cara mengambil kebijaksanaan, terhadap bawahannya. Keberhasilan organisasi dilandasi oleh perencanaan yang tepat, dan seorang pimpinan organisasi yang memiliki jiwa kepemimpinan. Kedua hal tersebut merupakan modal utama untuk kemajuan organisasi yang dipimpinnya. Fungsi komunikasi ke atas digunakan untuk :

- Memberikan pengertian mengenai laporan prestasi kerja, saran, usulan, opini, permohonan bantuan, dan keluhan.
- Memperoleh informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan bawahan dari tingkat yang lebih rendah.

1. Komunikasi Horizontal

Bentuk komunikasi secara mendatar, diantara sesama pegawai dsbnya. Komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal. Fungsi komunikasi horizontal/ke samping digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level yang sama. Komunikasi ini berlangsung dengan cara tatap muka, melalui media elektronik seperti telepon, atau melalui pesan tertulis.

2. Komunikasi Diagonal

Bentuk komunikasi ini sering disebut juga komunikasi silang. Berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi yang berbeda. Dalam arti pihak yang satu

tidak berada pada jalur struktur yang lain. Fungsi komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain. Melalui jalur hierarki/tingkatan seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya secara baik, sehingga dapat membangkitkan minat dan gairah kerja disertai komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Dalam penerapannya komunikasi dapat dilakukan secara formal dan informal. Umumnya komunikasi formal ada dalam setiap organisasi dan dapat terjadi antar personal dalam organisasi melalui jalur hirarkhi dengan prinsip pembagian tugas untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Komunikasi formal merupakan suatu sistem dimana para anggotanya bekerjasama secara tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Komunikasi formal pada dasarnya berhubungan dengan masalah kedinasan. Komunikasi informal adalah kebalikan dari komunikasi formal biasanya terjadi dengan spontan sebagai akibat dari adanya persamaan perasaan, kebutuhan, persamaan tugas dan tanggung jawab.

Komunikasi informal pada pelaksanaannya tidak terikat oleh waktu, ruang dan tempat, kadang-kadang komunikasi informal lebih berhasil, dan peranannya tidak kalah penting, karena dapat disampaikan setiap saat, asalkan bermanfaat untuk kemajuan organisasi. Namun penyampaiannya kurang sistematis, karena pertumbuhan dan penyebarannya tidak teratur. Kadang-kadang seorang pimpinan selalu beranggapan bahwa keberadaan organisasi informal merupakan suatu hal yang janggal, yang merupakan akibat gagalnya komunikasi formal yang memunculkan ketidakstabilan organisasi formal.

Bentuk komunikasi informal dapat berupa pertemuan yang tidak direncanakan, seperti:

bertemu dan ngobrol di kantin pada jam makan siang, di resepsi, atau pertemuan lainnya. Komunikasi informal ini mempunyai hal-hal yang positif, seperti:

- Bila jalan yang ditempuh melalui komunikasi formal melewati hambatan, dengan terpaksa digunakan komunikasi informal.
- Dalam suasana konflik dan penuh ketegangan.
- Sebagai sarana komunikasi.

Dari kedua bentuk komunikasi tersebut di atas, setiap pimpinan harus dapat menempatkan diri agar tidak timbul perasaan suka atau tidak suka. Pimpinan harus mencari dan melaksanakan nilai-nilai positif dari hubungan-hubungan tersebut. Ukuran sukses tidaknya seorang pimpinan terletak pada bagaimana pimpinan memadukan nilai positif yang dihasilkan dari komunikasi formal dan informal. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, kita perlu bersikap terbuka dan menggantikan sikap dogmatis. Kita perlu juga memiliki sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap saling memahami, menghargai dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak, tidak terkecuali dalam lembaga pendidikan.

Komunikasi Organisasi dan Pola Kerja

Di dalam kehidupan organisasi, komunikasi efektif ini menjadi sebuah kebutuhan. Banyak aturan yang harus dilengkapi penjelasan, dimaksudkan agar kesalahpahaman interpretasi dapat dihindarkan. Apabila salah seorang personil organisasi merasa belum jelas dengan informasi yang diterimanya, maka lebih baik meminta penjelasan. Hal ini disebabkan, komunikasi yang

tidak efektif di dalam sebuah organisasi bisa jadi mengakibatkan dampak negatif dan kerugian yang serius. Komunikasi efektif di dalam sebuah organisasi akan sangat membantu peningkatan kinerja dan ketepatan dalam penyelesaian suatu urusan. Ada beberapa indikator komunikasi efektif, ialah:

- Pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.
- Kesenangan, yakni apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak. Sebenarnya tujuan berkomunikasi tidaklah sekedar transaksi pesan, akan tetapi dimaksudkan pula untuk saling interaksi secara menyenangkan untuk memupuk hubungan insani.
- Pengaruh pada sikap, apabila seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah sesuai dengan makna pesan itu. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari di dalam sebuah organisasi. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
- Hubungan yang makin baik, bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Di dalam sebuah organisasi, seringkali terjadi komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mempengaruhi sikap semata, tetapi kadang-kadang terdapat maksud implisit di sebaliknya, yakni ; untuk membina hubungan baik.
- Tindakan, kedua belak pihak yang berkomunikasi melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang dikomunikasikan.

Secara umum ada beberapa karakteristik yang diduga dapat mendukung tercapainya komunikasi yang efektif.

1. Komunikator

Dalam proses komunikasi, komunikator memegang peran yang sangat penting untuk tercapainya komunikasi efektif. Komunikator se-bagai personal mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap komunikan, bukan saja dilihat dari kemampuan dia menyampaikan pesan, namun juga menyangkut berbagai aspek karakteristik komunikator.

Beberapa karakteristik komunikator yang efektif, dapat di sebutkan sebagai berikut:

- Kredibilitas
Adalah kewibawaan seorang komunikator di hadapan komunikan.
- Daya tarik
Hal ini berkenaan dengan keadaan yang menunjukkan penerima melihat komunikator sebagai seorang yang disenangi dalam bentuk peranan yang memuaskan. *Alexis Tan* mengemukakan, bahwa dimensi daya tarik diukur dengan *similarity* (kesamaan), *familiarity* (keakraban) dan *proximity* (kesukaan). Satu lagi daya tarik komunikator, yaitu daya tarik fisik (*physical attractiveness*). Artinya, bahwa daya tarik fisik seorang komunikator, memudahkan tercapainya simpati dan perhatian dari komunikan.
- Kekuasaan
Artinya seorang komunikator yang memiliki kekuasaan relatif lebih mudah mempengaruhi bawahannya. Ada rasa sungkan di kalangan bawahan terhadap komunikator yang memiliki wewenang atau kekuasaan.

- Kemampuan intelektual
Adalah tingkat kecakapan, kecerdasan, dan keahlian seorang komunikator.
- Integritas atau keterpaduan sikap dan perilaku dalam aktivitas organisasi sehari-hari. Komunikator yang memiliki keterpaduan, kesesuaian antara ucapan dan tindakannya akan lebih disegani oleh komunikan.
- Kepercayaan, kalau komunikator dipercaya oleh komunikan maka akan lebih mudah menyampaikan pesan dan mempengaruhi sikap orang lain.
- Kepekaan sosial, yaitu suatu kemampuan komunikator untuk memahami situasi di lingkungan organisasi.
- Kematangan tingkat emosional
Adalah kemampuan komunikator untuk mengendalikan emosinya, sehingga tetap dapat melaksanakan komunikasi dalam suasana yang menyenangkan di kedua belah pihak.
- Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan, artinya seorang komunikator perlu memahami kondisi psikologis orang yang diajak bicara.
- Memiliki lingkup pandangan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*) tentang diri komunikan. Misalnya bagaimana watak atau kebiasaan, bagaimana tingkat pendidikannya, apa makanan kesukaannya, kapan ulang tahunnya, dan sebagainya. Pengetahuan dan pengalaman tentang hal-hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk berkomunikasi secara bijak.

1. Pesan

Agar supaya komunikasi efektif, maka cara penyampaian pesan atau informasi perlu dirancang secara cermat sesuai dengan karakteristik komunikan maupun keadaan di lingkungan sosial yang bersangkutan. Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa keberhasilan komunikasi sebagian ditentukan oleh kekuatan pesan. Dengan pesan, seseorang dapat mengendalikan sikap dan perilaku komunikan. Agar proses komunikasi terlaksana secara efektif, maka perlu dipertimbangkan berbagai teknik sebagaimana diuraikan berikut ini. Pesan satu sisi (*one sided*) ataukah dua sisi (*two sided*). Hal ini berkaitan dengan cara mengorganisasikan pesan.

Organisasi pesan satu sisi, ialah suatu cara berkomunikasi dimana komunikator hanya menyampaikan pesan-pesan yang mendukung tujuan komunikasi saja. Sedangkan pesan dua sisi, berarti selain pesan yang bersifat mendukung, disampaikan pula *counter argument*, sehingga komunikan diharapkan menganalisis sendiri atas pesan tersebut. Apakah dalam menyampaikan pesan itu diorganisasikan secara satu sisi atau dua sisi, tentulah harus disesuaikan dengan karakteristik. Sedangkan pesan dua sisi, secara teoritis lebih efektif dikarenakan pada karakteristik pola komunikasi sebagai berikut:

- a. Pada awalnya komunikan tidak sepakat dengan komunikator.
- b. Komunikan menyadari argument yang berlawanan sebelum penyajian pesan, atau sewaktu pesan akan disampaikan.
- c. Komunikan memiliki latar pendidikan yang baik (tinggi)
- d. Komunikator menginginkan kejujuran, keterbukaan, serta objektif dalam

pesannya dan tidak terlalu menghiraukan hasil komunikasi

Dalam menyampaikan pesan, seorang komunikator tidak perlu terlalu ambisi untuk mencapai hasil segera. Untuk dapat mempengaruhi komunikasi secara efektif, penyampaian pesan perlu memperhatikan langkah-langkah;

1. *Attention* (perhatian) Artinya bahwa pesannya harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian dari komunikan.
2. *Need* (kebutuhan) Artinya bahwa komunikator kemudian berusaha meyakinkan komunikan bahwa pesan yang disampaikan itu penting bagi komunikan.
3. *Satisfaction* (pemuasan), dalam hal ini komunikator memberikan bukti bahwa yang disampaikan adalah benar.
4. *Visualization* (visualisasi) komunikator memberikan bukti-bukti lebih konkret sehingga komunikan bisa turut menyaksikan.
5. *Action* (tindakan), komunikator mendorong agar komunikan bertindak positif yaitu melak-sanakan pesan dari komunikator tersebut.

Cara penyampaian pesan memang berpengaruh terhadap keefektifan proses komunikasi. Cara penyampaian yang baik, akan memudahkan komunikasi dalam menerima dan memahaminya.

Jaringan

Jaringan merupakan transmisi dari banyak orang ke banyak orang, tetapi juga mencakup transmisi dari satu orang ke satu orang dan dari satu orang ke banyak orang (Bungin, 2007: 134). Umpamanya, ketika sebuah perusahaan membutuhkan karyawan-karyawan

baru dan memasang iklan surat kabar, ini adalah penyiaran dari satu orang ke banyak orang.

Cara baru untuk mencari pekerjaan atau mencari karyawan adalah bahwa para pelamar mengirimkan data pribadinya tentang kualifikasi serta kekhususan dirinya di internet sementara perusahaan-perusahaan mengiklankan lewat internet segala persyaratan jabatannya. Ini membuat kedua belah pihak mengetahui tentang situasi permintaan dan penawaran. Sejauh ini, jaringan yang digunakan banyak orang adalah internet (Perbanas.co.id).

Jejaring Sosial

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh Profesor J.A. Barnes di tahun 1954. Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam hal:

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, misalnya interaksi dalam hal kesukaan/*hobby*, kesamaan karakteristik tertentu (orang kembar, *bookaholic*, indigo dan sebagainya) ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu dan dalam tempat tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang bisa dirasakan bersama.
2. Menambah wawasan dan atau pengetahuan dengan sarana *information sharing* dan *comment*, misalnya pencurahan ide yang bisa diedit secara bersama melalui fasilitas *comment* dan atau jawaban dari masing-

masing catatan.

3. Pencitraan atau memasarkan diri secara artian positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan *prestige* dan kemauan untuk *update* teknologi informasi, misalnya pada perkembangan seseorang yang ingin menemukan pasangan hidup dan atau unjuk kemampuan dalam hal teknologi informasi. Hal ini berlaku juga sebagai media kampanye politik kepada publik, masih ingat ketika Presiden Amerika Serikat yang baru, Barack Obama menggunakan *Facebook* untuk kampanye kepada audiensnya?
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga pendidikan, misalnya pengiriman draft harga barang, kesepakatan koalisi partai untuk publik, eksplorasi dan orientasi adat daerah tertentu, dan *e-learning* untuk formal (universitas dan sebagainya) dan nonformal (pengajian, profil dan motivator kewirausahaan).
5. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kasus kejahatan/hukum, media pertolongan (mencari anak hilang) dan sarana *Citizen Journalism*.
6. Mungkin yang terakhir adalah sebagai media rekreatif atau "cuci mata" setelah ditempa oleh beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan/*game* dan lain sebagainya (Boyd-Berret, 2007).

Analisis Isi Media Massa (*Mass Media Content Analysis*) dan Framing

Satu yang dipahami, bahwa kajian analisis isi adalah suatu metode analisis yang menjadi keunikan dari ilmu komunikasi. Metode ini banyak digunakan untuk memahami isi media massa dan juga keperluan penganalisisan berita sehingga diketahui mau kemana pemberitaan

itu menyasar. Tentu dalam analisis isi akan dikaji mendalam mana bagian diliput dan mana yang tidak dalam keperluan mencari nilai suatu berita. Di sini analisis isi digunakan guna monitoring isi pesan pada media komunikasi dan menyasar juga pada konteks ekonomi politik yang ada. Analisis isi media massa bila dipetakan ada dua model besar, yakni; pertama analisis isi konvensional, biasanya berbentuk analisis kuantitatif dengan penilaian secara statistikal. Kedua model penelaahan dengan gaya kualitatif yang penuh dengan subyektivitas dari si penelaah.

Analisis isi yang umum digunakan dalam bentuk analisis kualitatif adalah analisis framing, wacana dan wacana kritik. Analisis *framing* di sini diartikan dengan upaya melihat bagaimana fakta itu ditulis, hal ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, maupun judul suatu teks. Ide tentang *framing* pertama kali dilontarkan oleh Baterson pada tahun 1955.

Di sini jelas *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau kerangka kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana dan menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Kemudian konsep ini dikembangkan oleh Goffman pada tahun 1974 yang mengandalkan *frame* sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behaviour*) yang membimbing perilaku individu dalam membaca realitas (Sobur, 2014:162).

Lebih lanjut Sudibyo menyatakan, bahwa analisis *framing* merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak dapat diingkari secara total, melainkan di belokkan secara halus dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. Dengan kata lain, bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksi dan dimaknai oleh media (Kriyantono, 2008 : 251).

Dari perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Dari beberapa definisi analisis *framing* di atas dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *framing* adalah suatu metode yang digunakan untuk membingkai suatu peristiwa dari cara pandang si penulis berita, dimana isi informasi tersebut meliputi fakta-fakta realitas yang ada dan telah dipilih oleh penulis untuk ditonjolkan. Penelitian ini akan mencari tahu makna yang tersembunyi didalam sebuah berita korupsi melalui analisa teks dan juga ilustrasi-ilustrasi yang ada didalam pemberitaan-pemberitaan dimedia massa tersebut. Analisis ini membantu orang melihat secara lebih mendalam bagaimana pesan diorganisir, digunakan dan dipahami yang nantinya akan menggiring pembaca berita kepada suatu pemikiran atau perspektif tertentu. Dalam hal ini apa-apa saja yang terkait dengan pemberitaan korupsi dalam analisis isi media.

Analisis Framing Model Gamson dan Andre Modigliani

Model ini menganggap *frame* sebagai cara bercerita atau gugusan ide-ide yang tersusun sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan terhadap

suatu wacana. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan berita. Cara pandang inilah yang disebut Gamson dan Modigliani sebagai kemasan (*package*) yang merupakan rangkaian ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan.

Studi awal Gamson mengenai *framing*, pertama kali juga berkaitan dengan studi mengenai gerakan sosial. Menurut Gamson, keberhasilan dari gerakan sosial terletak pada bagaimana peristiwa dibingkai sehingga menimbulkan tindakan kolektif. Menurut Gamson, dalam pergerakan sosial paling tidak membutuhkan tiga *frame* atau bingkai, yaitu:

- a. *Aggregate Frame*: proses pendefinisian isu sebagai masalah sosial. Bagaimana individu yang mendengar *frame* atas peristiwa tersebut sadar bahwa isu tersebut adalah masalah bersama yang berpengaruh bagi setiap individu.
- b. *Concensus Frame*: proses pendefinisian yang berkaitan dengan masalah sosial hanya dapat diselesaikan oleh tindakan kolektif.
- c. *Collective Action Frame*: proses pendefinisian yang berkaitan dengan kenapa dibutuhkan tindakan kolektif, dan tindakan kolektif apa yang seharusnya dilakukan. *Frame* ini mengikat perasaan kolektif khalayak agar bisa terlibat secara bersama-sama dalam protes/gerakan sosial (Eriyanto, 2008 : 220-221).

Tabel 1- Model Framing Gamson dan Modigliani

<p>Frame (Media Package) Seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu. <i>Frame</i> ini didukung oleh perangkat wacana lain., seperti kalimat, kata dan sebagainya.</p>
--

<p>Framing Devices (Perangkat Framing) Berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat ini antara lain: permainan kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora tertentu.</p>	<p>Reasoning Devices (perangkat Penalaran) Berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks yang merujuk pada gagasan tertentu. Artinya ada dasar pembenaran dan penalaran alasan tertentu sehingga membuat gagasan yang disampaikan media tampak benar, alamiah dan wajar.</p>
<p>Methaphors Perumpamaan atau pengendalian</p>	<p>Roots Analisis kausal sebab akibat</p>
<p>Catchphrases Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan.</p>	<p>Appeals to principle Premis dasar, klaim-klaim moral</p>
<p>Exemplaar Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai.</p>	<p>Consequences Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai</p>
<p>Depiction Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.</p> <p>Visual images Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.</p>	

Pembahasan

Dari pemaparan di atas, maka dapat diasumsikan bahwa keberadaan penggunaan jejaring internet tidak dapat dihindari lagi malah perlu diantisipasi dengan adanya

kompetensi dasar anggota kepolisian dalam ikut menggunakan dan mengoptimalkan dunia digital untuk keperluan kerja dan tugas Negara. Memang harus diakui tidaklah mudah dalam upaya pemanfaatan teknologi informasi dan

untuk memasuki dunia digital dimaksud. Perlu kecakapan dan kemahiran tersendiri dalam menggunakan gawai digital dengan berbasis jejaring internet.

Ada banyak kemampuan dasar yang perlu dan mendesak yang dimiliki oleh mereka yang mau terjun dan memasuki dunia digital. Tercatat beberapa kemampuan dasar yang perlu dimiliki dalam pemanfaatan dan mengoptimalkan dunia digital dalam keperluan daring kepolisian (*electronic policing*) yang banyak digembargemborkan orang dalam beberapa dekade belakangan ini. Tercatat kompetensi dasar itu seperti;

1. Urgensi Pemahaman Informasi Bagi Anggota Polisi

Salah satu kendala terbesar dalam upaya penerapan digitalisasi kepolisian adalah pemahaman yang rendah dari anggota dalam pemanfaatan teknologi informasi. Pada beberapa temuan dalam penelitian di STIK-PTIK terjawab, bahwa kendala terbesar dalam implementasi teknologi informasi adalah tenaga sumber daya manusianya (SDM) masih belum memahami sepenuhnya kebutuhan akan teknologi informasi dalam bidang kerjanya dan ini menjadi catatan penting bagi institusi kepolisian. Tingkat pemahaman bukan dalam konteks keahlian secara nyata.

Menyoal sarana dan prasana di institusi kepolisian selama ini sudah dianggap sangat cukup, memadai dan tersedia, namun optimalisasi penggunaan dan pemanfaatannya masih sangat kurang atau minim sekali. Tentu saja penggunaan gawai jejaring internet sedemikian marak digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga semua itu bukanlah barang baru dan asing bagi anggota polisi. Dengan implementasi gawai tersebut dalam bidang kerja tentu saja begitu mudah dioptimalkan namun perlu ada blue print pemanfaatan dikaitkan dengan

visi dan visi Polri ke depan.

Salah satu kendala terbesar adalah menyoal kemampuan pemahaman akan informasi itu sendiri dalam ranah kerja polisi di lapangan. Perlu dipahami, bahwa yang menjadi isu sentral dalam dunia digital adalah tentang informasi itu sendiri. Ada pergeseran pemaknaan informasi itu sendiri dalam kedudukan dan bidang kerja manusia memasuki peradaban millennial saat ini. Dahulu tema sentral isu ekonomi dalam dunia kehidupan peradaban manusia adalah tentang kepemilikan modal (aspek kepemilikan alat produksi). Alhasil ada pembatasan dalam penggunaan alat produksi yang dianggap modal ini dalam kehidupan peradaban manusia. Dengan adanya penguasaan oleh kelompok dan orang tertentu akan modal alat produksi ini menyebabkan ketimpangan yang sangat kentara dalam kehidupan manusia. Di sinilah letak isu sentral ekonomi yang merembet pada konteks sosial budaya manusia. Keberadaan uang sebagai alat pembayaran makin kentara dan menunjukkan jurang pemisah antara pemilik modal dengan mereka yang menjadi kaum papa dan teraniaya karena kelemahan ekonomi.

Isu-isu sentral penguasaan modal ekonomi ini di era digital makin lebur dan hilang dengan tergerus pada isu demokratisasi informasi yang menjelang era 1990-an digaungkan dengan isu keterbukaan informasi dan hilangnya kepemilikan akan modal pada alat-alat produksi dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi. Di sini dapat dijelaskan bahwa modal yang semula berbentuk alat produksi bergeser menjadi informasi yang dianggap menguasai semua ruang dan kerja manusia di era digital. Interaksi antar manusia adalah pintu dari keterbukaan informasi dan penguasaan akan media massa sebagai pusat informasi masyarakat makin terkikis dengan ditandai kematian media-media mainstream yang tidak mau mengubah diri menjadi gawai elektronik digital. Informasi menjadi sangat cair dan orang bisa bebas tanpa harus mengeluarkan

biasa, orang mengonsumsi informasi menjadi berkali-kali lipat dari era-era sebelumnya. Di era elektronik diakui sudah ada pemanfaatan informasi tetapi masih sangat terbatas dengan adanya praktik sensor dan agitasi informasi dari Negara sebagai penguasa.

Apa informasi itu menjadi kendala besar dalam penerapan teknologi informasi bagi anggota polisi di lapangan. Mengapa ini dianggap perlu sekali karena mengingat yang menjadi isu sentral adalah informasi bukan penguasaan akan kepemilikan modal usaha dan kerja dari kehidupan manusia. Salah sedikit saja dalam menggunakan dan mengonsumsi informasi akan berimbas fatal dalam kehidupan manusia. Tentu saja sudah ada perangkat hukum yang secara ketat menjaga penggunaannya dalam upaya menjaga stabilitas dan keamanan Negara.

Informasi adalah sebuah komoditi yang tidak bisa dipahami berdiri sendiri seperti yang dipahami orang dalam penerapannya di lapangan. Tentu saja dalam pemahaman komunikasi diakui bahwa telah terjadi pegerasan pemahaman informasi dalam penerapan di lapangan dalam penggunaan jejaring internet. Informasi bukanlah hanya sekedar data atau aliran pulsa-pulsa dan getaran listrik yang membawa sesuatu yang penting bagi pendengarnya. Bahkan ada juga yang menyebutkan informasi adalah statistik dan data matematis yang memiliki simbol yang dapat ditafsirkan berbeda menurut penerimanya. Tentu semua ini adalah pemahaman dari berbagai bidang keilmuan mulai dari sistem informasi dan manajemen sampai dengan ekonomi dan matematika.

Perlu dipahami bahwa informasi tidak lagi dipahami secara rigid dengan pemahaman tunggal akan informasi itu sendiri. Pada beberapa tulisan dalam kajian komunikasi dipahami bahwa informasi adalah seperangkat pesan yang berjalan secara siklik dan berputar cepat. Demikian kiran-kiran pemahaman para perspektif

sistem dengan pendekatan konsep cybernetika yang banyak dijadikan rujukan buku babon komunikasi. Konseptualisasi yang diberikan oleh Shannon and Weaver dengan berpegangan pada pemahaman model kemasam yang berbentuk getar-getar listrik menjadi sangat penting ketika getaran listrik itu berjalan dari kutub positif ke negatif atau sebaliknya tergantung pada upaya yang diinginkan oleh komunikator. Setiap usaha yang dilakukan dihitung dan dikaitkan dengan tenaga dan biaya, sehingga muncullah hitungan pulsa dalam teknologi telekomunikasi. Era itu temuan ini menjadi sangat penting karena memang perusahaan telekomunikasi sangat pesat dengan upaya menghitung laba dan rugi mereka menggunakan getar-getar listrik dalam upaya membawa informasi di dalamnya.

Tentu saja pemahaman ini tergerus dengan sedemikian masifnya penggunaan jejaring internet, sosial dan *line* dalam kehidupan digital manusia. Pemahaman kuno tentang informasi menjadi kendala terbesar dalam penggunaan dan aspek filosofis dari pemanfaatan dunia digital itu sendiri. Tentu saja hal ini akan terimbas pada bagaimana penyidikan dan penyelidikan aparat negara dalam upaya penegakkan hukum. Bila hanya memandang informasi dalam konteks kemasam tentu saja sangat sulit menafsirkan sisi penegakkan hukum bagi para nettizen dalam praktik di lapangan.

Perlu dipahami, bahwa informasi berdiri dari 3 aspek perspektif yang berbeda, dan dalam hal ini tentu saja tidak bisa dilepas dari konseptualisasi yang digunakan dalam model sistem cybernetika yaitu ; pertama ; pengirim (pembuat) informasi, kedua ; pesan atau saluran informasi itu sendiri, ketiga penerima informasi itu sendiri yang dikaitkan dengan imbas perilaku yang akan muncul dalam kaitan dengan efek yang ditimbulkan setelah mengonsumsi informasi yang ada.

Dari perspektif pengirim dan pembuatan

informasi jelas, bahwa informasi pasti berkaitan dengan apa niat atau keinginan yang diharapkan dari si pembuat informasi usia itu dibuat atau disebarkan. Tentu saja informasi dapat dipahami apa rancangan yang diinginkan dari bagaimana maksud si pembuat karena pastinya informasi dibuat dengan tujuan dan keinginan tertentu sampai kepada penerima. Dari sini informasi dalam perspektif pembuat menjadi sangat penting karena akan terpantau arah dan efek yang akan ditimbulkan dari informasi itu sendiri. Informasi dari sisi ini mengarah kepada strategi dan taktik rancangan yang hendak disampaikan dalam keperluan memenuhi hasrat dan keinginan si pembuat informasi.

Kedua adalah informasi itu sendiri dalam konteks hasil produk dari si pembuat informasi. Kebanyakan orang memahami dengan sederhana bahwa informasi itu adalah pesan dan semua terbungkus dalam kontainer yang bisa berbentuk getar-getar listrik atau data yang berjalan dari satu kutub ke kutub yang lain dengan menggunakan ion negatif dan positif. Pemahaman ini jelas keliru, karena dengan demikian sulit dipastikan kemana arah dan kemauan dari isi pesan tersebut. Di sini pesan diartikan dan dianalisis secara subyektif sehingga absurd dalam memahami isi pesan yang dianggap itu adalah informasi. Pada kajian ilmu perpustakaan informasi dipahami sebagai kontainer pesan yang bisa ditemukembalikan dengan cepat dalam ukuran nano detik dalam penjajaran penyimpanannya. Studi perpustakaan dengan sangat mahfum menganggap, bahwa kecepatan dan kelengkapan dalam temu balik informasi adalah kajian dan isu utama dalam memahami informasi itu sendiri (Lancaster, 1979). Tentu saja kajian studi perpustakaan mengkaji tentang penggunaan operasi Boolean logic dan membantu proses kerja mereka di lapangan. Pada banyak pemahaman model informasi ini yang dipegang teguh hampir di semua lini lintas disiplin ilmu. Tentu saja akan

benar apabila hanya memandang informasi adalah pesan yang hanya terbungkus kontainer.

Ketiga adalah informasi dari sisi penerima yang dipahami pada efek tindakan yang akan dilakukan pasca mendapatkan dan mengosumsi informasi itu sendiri. Dahulu di era pra jejaring internet dalam masyarakat industri yang hanya mengenal kanal informasi mainstream kebanyakan petugas aparat keamanan hanya melihat sisi ini dalam mengantisipasi informasi itu dalam kaitan berbahaya atau tidak dalam penegakkan keamanan dan stabilitas Negara. Efek biasanya berbentuk tindakan dari si penerima, baik tindakan nyata atau kegelisahan yang timbul. Tentu saja di sini kebenaran akan nilai karena terlihat secara kasat mata dari gejolak di masyarakat. Alhasil menjadi sangat mudah sekali, karena memang sudah tertangkap dengan panca indera manusia. Cara ekstrim yang dilakukan aparat adalah dengan melakukan pemberangusan atau *'breideil'* pada kanal informasi media massa mainstream tersebut dalam bentuk penarikan SIUP (Surat Izin Usaha Penerbitan) atau untuk stasiun radio dan televisi adalah dicabutnya izin siaran (bila di Amerika Serikat adalah izin menggunakan frekuensi). Dominasi Negara kuat karena memang dahulu prinsip autoritarian digunakan dalam upaya menjaga informasi dan semua tertuju pada pembangunan Negara yang aman dan terkendali.

Dari pemaparan di atas jelas, bahwa pemahaman akan informasi bagi anggota kepolisian menjadi sangat penting dalam upaya penegakkan hukum dalam upaya pemeliharaan keamanan. Kemampuan pemahaman akan informasi bukanlah sesuatu yang mudah melainkan perlu dicermati secara aplikatif dalam kerja di lapangan. Dengan demikian jelas, bahwa produk informasi bukanlah sesuatu yang mudah melainkan perlu dicermati dan dianalisis dengan berbagai konteks yang ada dipenafsiran penerimanya, baik konteks ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan. Di sinilah kompetensi

dasar tentang informasi menjadi sesuatu yang perlu dalam memasuki dunia cyber digital dalam kerja kepolisian digital.

2. Kemampuan Komunikasi dan *Public Relations* Anggota Polisi

Di era cyber digital saat ini dipahami bahwa akan datang masa kematian pemasaran dan kebangkitan dari konteks interaksi antar manusia. Hal ini didukung dengan kemunculan dari sosial media yang ada di dunia digital dengan keandalan keterhubungan manusia satu dengan yang lain. Alhasil manusia bisa terhubung dimana saja dan kapan saja tanpa ada penyaring dan penghalang. Oleh sebab itu di era digital kemampuan komunikasi menjadi syarat penting untuk bisa berkiprah di kancah digital. Tanpa ada kemampuan komunikasi yang cakap dapat dipastikan akan ada kegagalan dalam menguasai dunia digital.

Era cyber diakui sebagai titik awal kebangkitan komunikasi, sehingga dapat dikatakan bahwa era sekarang kerap dikaitkan dengan kemampuan penggunaan kemampuan komunikasi pada masyarakat postmodern. Oleh sebab itu jangan heran bila jurusan komunikasi laku sejalan dengan pola interaksi aktif manusia dalam jejaring internet dalam penggunaan gawai digital. Lebih lanjut dapat dipastikan, bahwa kemampuan komunikasi yang handal menjadi syarat mutlak untuk bisa berhubungan antar manusia. Kesalahan-kesalahan dalam berkomunikasi bisa menjadi kendala utama dalam berinteraksi antar manusia dengan penggunaan gawai jejaring sosial di internet. Sehubungan dengan itu, maka memang bagi anggota kepolisian harus memiliki kemampuan komunikasi baik secara langsung ataupun dengan menggunakan gawai. Hal Ini menjadi salah satu syarat penting yang harus dimiliki dalam mengantisipasi kemajuan teknologi informasi dengan kemajuan dunia digital saat ini. Tanpa

ada itu semua maka akan terjadi penurunan kemampuan dan tampilan profil anggota polisi yang ideal di era cyber.

Perlu dipahami, bahwa tren di dunia digital adalah kejujuran dan ketulusan dalam berinteraksi satu dengan yang lain menjadi sesuatu yang sangat penting. Selama ini praktik penipuan dan pembohongan (*deception*) yang dilakukan pihak media massa sedemikian marak melalui sarana periklanan (*advertising*) dan pemasaran dalam upaya menjual dan menawarkan jasa dan barang yang ada. Imbas yang ditimbulkan adalah kemunculan akan praktik penipuan yang dilakukan dalam kanal-kanal komunikasi. Akibatnya tentu saja yang diharapkan adalah hadir informasi yang menyejukkan dan menyenangkan hati. Bukan sebaliknya yang saling membenci, menyerang dan bertipu daya satu dengan yang lain. Di sini jelas bahwa memahami karakteristik dan emosi netizen menjadi salah satu aspek terpenting dalam upaya mampu berbicara di depan publik konteks digital.

Tentu saja berbicara di era cyber digital perlu memahami penggunaan meme yang merupakan bentuk luapan dari emosi yang biasanya ditandai dalam komunikasi non verbal dalam komunikasi secara langsung antar manusia. Di era cyber digital hal tersebut tidak dipahami karena keterbatasan tempat dan ruang yang disediakan sebab memang diakui bahwa berkomunikasi melalui jejaring internet tidaklah semudah seperti menggunakan media-media komunikasi lain.

Berkomunikasi yang baik di jejaring internet berkaitan dengan bagaimana mempraktikkan etika dan keberadaban dalam berkomunikasi yang tentu saja akan dibahas pada bagian ketiga tulisan ini secara mendalam. Praktik public relations sesungguhnya menjadi sangat berguna dan terpakai dalam interaksi manusia di jejaring internet. Tidak berbohong, memberikan informasi apa adanya, tulus, tidak memihak dan

mencari kebenaran dan keadilan adalah prinsip dasar orang berperilaku di jejaring internet. Komunikasi ketulusan yang menyejukkan tanpa memihak akan sangat disukai daripada hanya melulu melakukan agitasi dan provokasi yang menyebabkan ketakutan dan trauma mendalam pada netizen.

Dengan demikian jelas, kompetensi berkomunikasi yang baik dan beradab dengan mengutamakan nilai kejujuran dan kebenaran menjadi kompetensi dasar anggota kepolisian di lapangan dalam menyikapi diri untuk menggunakan gawai komunikasi berbasis jejaring internet yang ada. Tanpa itu tentu saja sosok polisi akan ditanggapi sebagai profil yang kaku, berpihak dan tidak memiliki nurani dalam berkomunikasi dengan masyarakat yang dilayaninya. Pendidikan anggota kepolisian seharusnya ada muatan nilai ini dalam keperluanantisipasi perkembangan informasi dan memasuki era dunia cyber digital saat ini.

3. *Nettiquette* Pengguna Jejaring Internet Anggota Polisi

Etika adalah unsur penting dalam interaksi antar manusia, tentu saja etika menjadi tata nilai yang harus ditaati manusia dalam berinteraksi satu dengan yang lain. Etika dalam perkembangannya lekat dengan kemajuan filsafat dan ilmu pengetahuan. Diakui dalam aspek aksiologis pada kajian filsafat ilmu jelas bahwa etika sedemikian erat dalam upaya menerobos pada perkembangan ilmu pengetahuan yang terkadang terbelenggu oleh tata nilai peradaban yang ada. Perlu diakui bahwa peradaban manusia sedemikian kuasa dalam menentukan kebenaran dalam aspek epistemologis yang ada dalam kehidupan ilmu pengetahuan yang ada. Etika hadir dalam tiap-tiap sendi kehidupan dan menyelimuti hati dan nalar manusia untuk upaya mencari kebenaran yang hakiki dalam tata pergaulan manusia yang ada.

Mudahnya saja, bila etika dijalankan dengan sesungguhnya maka tata pergaulan dan interaksi antar manusia akan berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Di sinilah letak dari posisi kebenaran yang ada dan menjadi patokan orang dalam berinteraksi satu dengan yang lain. Dengan adanya etika, maka jelas bahwa peradaban manusia akan bisa berubah sesuai dengan perkembangan manusia. Kebebasan yang diberikan etika sedemikian lekat dengan perkembangan yang ada pada diri dan perasaan manusia. Dari etika kemungkinan ilmu pengetahuan akan maju pesat karena tidak terbelenggu oleh kebenaran subyektif yang diciptakan oleh peradaban.

Di era digital interaksi antar manusia menjadi sangat penting, dan tentu saja tata nilai menjadi salah satu yang lebih penting. Etika tentang pertemanan, hubungan kekerabatan, pasangan hidup (*spouse*) sampai dengan orang yang tidak dikenal sedemikian erat mengatur tata hubungan yang baik dan seharusnya dalam berinteraksi antar manusia. Kesadaran akan tata hubungan yang baik tersebut berangkat dari pengakuan adanya etika pada kehidupan manusia. Di lain sisi dapat dijelaskan etiket adalah tindakan dan perilaku yang mengikuti tata aturan etika yang ada di masyarakat yang sudah menjadi kesepakatan bersama.

Nettiquette adalah penjelasan dari kata *Net* dan *Etiket*, di sini dapat diartikan bahwa Net adalah penggunaan jejaringan dan biasanya disebut dengan istilah *netizen* untuk mereka yang menggunakan yang dapat diartikan dengan penduduk yang menggunakan jejaringan internet. Pada banyak literatur teknologi informasi bisa disebut juga dengan *users* atau *netters* sebagai bentuk tunggal dari penduduk pengguna jejaring internet yang ada. Di lain sisi etiket seperti yang sudah dijelaskan di atas adalah perilaku yang mengikuti etika yang ada dan berlaku di jejaring tersebut. Diakui, bahwa *nettiquette* yang ada sifatnya lintas negara

dan budaya yang ada karena masyarakat atau penduduk yang terbentuk adalah dari berbagai negara lintas batas dan geografis.

Memang di satu sisi kadang orang meremehkan *nettiquette* ini bahkan tidak memahami sesungguhnya isi dan kandungan yang ada di dalamnya. Padahal pernyataan *nettiquette* kadang ada dalam *netizen* dalam membuat perjanjian yang ada dalam penggunaan sebuah program atau sistem dalam gawai yang mereka gunakan dalam bentuk *disclamer*. Terkadang orang menanggap bahwa itu semua mereka sudah mengerti dan memahami sepenuhnya tanpa mengindahkan sanksi dan aturan yang dibuat oleh si pembuat sistem atau program tersebut. Pemahaman etiket dalam jejaring internet dengan kehidupan sehari-hari jelas berbeda dan kekuatan hukum tidak tertulisnya juga lintas negara sehingga banyak adopsi praktik etiket dari negara asal si pembuat sistem atau program terbawa ke dalam praktik penggunaan sistem atau program tersebut di dunia jejaring internet dan ini kadang menjadi kendala utama penerapannya pada *netizen* di negara lain.

Di lain sisi pengabaian terhadap aturan *nettiquette* disebabkan karena tidak ada aturan yang secara distributif melakukan penghukuman terhadap pelaku yang menyimpang, sehingga tidak ada kekuatan hukum yang bisa menjerat si pelanggar. Memang sedemikianlah kekuatan etiket dalam tata pergaulan dan interaksi manusia demikian juga di dunia jejaring internet. Namun perkembangannya sekarang berbeda dengan begitu aktifnya sosial media menyebabkan ada kekuatan yang tidak terlihat dalam menghakimi mereka yang melanggar *nettiquette* yang ada, dalam bentuk pengucilan dan penghakiman dengan melakukan semacam *bullying* pada mereka yang dianggap melanggar etiket yang ada. Pada beberapa komunitas dalam sosial media jejaring internet kadang disebutkan dengan jelas etiket yang ada dalam upaya

mengikat para *netizen*nya untuk berperilaku sesuai dengan ketentuan etiket yang ada.

4. Agenda Media dan Strategi, Taktik Pesan Dalam Komunikasi

Ketika orang menganggap bahwa berkomunikasi itu tidak perlu dirancang dan distrategikan itu adalah salah besar. Berkomunikasi perlu dirancang dan distrategikan dalam upaya tercapainya keinginan dan tujuan dari orang berkomunikasi. Perlu dipahami, bahwa komunikasi memiliki tujuan dan maksud dalam upaya tercapainya keinginan yang hendak disampaikan oleh si pembuat informasi. Tidaklah mudah menyampaikan pesan dan sampai kepada si tertuju sesuai dengan apa tujuan dan maksud dalam berkomunikasi. Pada kajian-kajian komunikasi massa jelas ada bagian khusus yang membicarakan agenda media dalam upaya tercapainya tujuan dan maksud melalui informasi yang disebarkan.

Kajian tentang strategi dan taktik dalam komunikasi ini tidak secara khusus dibahas dalam manajemen strategik dalam konteks komunikasi. Pada perkembangannya kajian tentang agenda media begitu kentara pada kajian jurnalistik sejalan dengan upaya pemenangan perang dingin (*psywar*) yang marak saat itu oleh negara barat dalam melawan keberadaan blok timur yang dikuasai oleh Uni soviet sebagai negara *superpower*. Tentu saja pemilihan pesan dalam strategi upaya pemenangan menjadi sangat penting, Era perang dingin tersebut berupaya mendapat dukungan dan simpati dari negara-negara lain di belahan dunia untuk pro dan berpihak pada kedua belah blok yang sedang bertikai.

Pemilihan strategi pesan menjadi urusan Negara dan semua akan berorientasi pada pemenangan dan upaya menjaga stabilitas dan keamanan Negara. Tentu saja strategi pesan akan

diglontorkan melalui saluran pesan yaitu; pers dan lembaga penerangan Negara. Kesadaran bahwa pesan harus dirancang dan distrategikan khusus menjadi sangat penting dan tentu saja ada taktik tentu dalam upaya mencapai agar pesan yang dimaksud sesuai dengan tujuan dan misi yang diemban.

Di sinilah kemudian dikenal dengan model sistem pers yang beraliran libertarian (*free press*), Tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*) dan Autoritarian (Terpusat). Di sinilah isu-isu tentang pembungkaman dan pemberangusan suara dan pendapat begitu mencuat seiring dengan semangat keterbukaan informasi menjelang keruntuhan blok Timur dengan kemenangan simbol penerapan demokrasi di dalamnya. Dengan runtuhnya tembok Berlin dan bubarnya Uni Soviet menandakan kekalahan blok timur dari perang urat saraf (*psy war*).

Di era digital dengan adanya jejaring internet dalam penerapan penyebaran informasi semua orang bisa menjadi produser atau penghasil informasi, alhasil ledakan informasi tidak bisa dielakkan lagi (Safko, 2010). Pembludakan informasi terjadi dan pergeseran pada penggunaan penyusunan agenda media, yakni lebih kepada perusahaan dan institusi bahkan para individu. Strategi agenda media tidak hanya dipegang oleh Negara, atau pemilik media massa, melainkan pada perusahaan-perusahaan dan individu yang berdiri bebas sebagai penggunaan informasi. Tak heran akhirnya strategi pesan dalam hubungan dengan agenda media menjadi penting bagi perusahaan dalam konteks komunikasi organisasi daripada Negara sebagai penjaga keseimbangan informasi bangsa (Prisgunanto, 2017). Oleh sebab itu untuk memiliki pemahaman dan kemampuan untuk menyusun strategi lebih lanjut harus mempelajari dahulu komunikasi organisasi (Prisgunanto, 2014).

Praktik penyusunan startegi dalam pesan

komunikasi lebih marak digunakan dalam komunikasi pemasaran dalam tingkatan organisasi di dalam dunia cyber digital. Terkadang orang keliru menafsirkan bahwa praktik strategi pesan hanya melulu menyoal perdagangan dalam transaksi dagang daripada urusan informasi pribadi orang perorang. Hal ini disebabkan di era industrialisasi praktik promosi pemasaran sedemikian sarat dengan pembuatan startegi pesan yang tertuju pada penjualan produk dan jasa untuk calon pembeli atau konsumen yang ada. Diakui bahwa praktik penyesatan, penjatuhan dan mematikan karakter terhadap citra (*brand*) produk atau jasa sedemikian marak saat itu. Oleh sebab itu publik menganggap wajar praktik-praktik penyimpangan yang ada dalam strategi pesan yang dibuat para pengiklan (*Advertiser*) dan perusahaan (organisasi).

Isu-isu penipuan (*deception*) sudah tidak trend lagi di era cyber digital apalagi dengan adanya sosial media. Media komunikasi yang banyak menipu dan memperdaya (*deceptions*) dihindari dan dengan kemampuan interaksinya sosial media mampu menetralsir hal tersebut dengan terbentuknya knowledge managemen yang apik di antara para nettizen. Dengan adanya hal tersebut maka muncullah kemuakan-kemuakan yang ada di antara orang dan publik yang selama ini merasa dibohongi dan diperdaya oleh media massa mainstream. Alhasil pada generasi selanjutnya sebut saja generasi Z kemungkinan mereka sudah tidak mengandalkan media massa mainstream karena dianggap didominasi oleh kebohongan dan kepalsuan yang diarahkan oleh pemilik modal (*owners*). Dominasi dan pengarahan isu yang ada merupakan settingan pesan yang dirancang apik oleh gate keeper atau penjaga gawang yang dalam hal ini adalah para awak jurnalis dan pemilik media massa mainstream.

Kebenaran direkayasa dan obyektivitas dikediri demi mendapatkan kemenangan dalam penguasaan informasi dan komunikasi publik.

Di era cyber digital praktik-praktik itu marak dilakukan dengan mengubah bentuk dari media mainstream ke media cyber digital melalui laman-laman yang merupakan metamorfosis daripada media mainstream tadi. Oleh sebab itu salah satu pintu masuk penjaga obyektivitas dalam isi konten tentu melalui sosial media baik itu sosial media berbasis laman maupun line atau jejaring melalui gawai telepon pintar yang marak saat ini.

Jelas dari pemaparan ini kemampuan menyusun strategi, menentukan agenda setting media dan pilihan isu juga penonjolan isi konten tetap menjadi hal penting yang harus dikuasai oleh para netizen. Dengan kemampuan memahami strategi dan agenda media maka bisa dipahami mau kemana arah dari pelangsiran informasi yang dibuat oleh si pembuat pesan dan media tersebut. Diakui bahwa pilihan pesan bukanlah sesuatu yang serampangan dan kebetulan melainkan merupakan sesuatu yang terpilih, tersaring dan ditargetkan dalam berkomunikasi. Dengan demikian jelas bahwa anggota polisi dalam melihat isi pesan harus bisa memahami pilihan strategi dan isu pesan yang ada dalam ranah dunia cyber digital dengan basis komunikasi. Satu yang dipahami bahwa teori besar dalam pilihan strategi dan taktik tadi adalah manajemen strategik yang merupakan induk dari strategi dan taktik pesan berkomunikasi.

Agenda setting memang terdiri dari agenda media dan agenda publik. Keduanya harus dipahami dalam konteks komunikasi antar budaya dengan demikian maka anggota kepolisian bisa menyadari benturan budaya (gegar budaya) yang harus tidak didekati dengan pembuatan efek jera hukum positif yang distributif, melainkan dengan melakukan restoratif justice dengan mengutamakan nilai kelokalan (*local genius*) sehingga kajian antropologi dan sosiologi masuk dalam memahami budaya dan interaksi antar manusia (sosial) satu dengan yang lain.

5. Analisis Isi Media Dalam Gawai Jejaring Internet

Bagaimana menilai dan mengukur isi dari media massa hanya bisa dilakukan dengan analisis isi saja. Model analisis isi begitu unik dan khas dari kajian ilmu komunikasi yang ada. Pengembangan analisis isi masuk dalam kajian jurnalistik karena memang bidang ini yang di era 1960 sampai dengan 1990-an sedang 'naik daun' dalam aplikasi di lapangan. Sejalan dengan era keterbukaan informasi di berbagai bidang membawa aplikasi dalam penentuan isi (*content*) dalam media massa menjadi sangat penting. Salah satu kemenangan sekutu dalam menaklukkan Jerman pada Perang Dunia I adalah mengefektifkan kerja analisis isi media massa konvensional untuk memetakan keberadaan pasukan Jerman dan Nazi di medan tempur. Cara yang dilakukan pihak intelijen sekutu adalah melihat dan mengamati sudah berapa radio di daerah yang berperang sudah memutar lagu-lagu romantis Jerman, atau di daerah situ sudah memutar lagu Jerman melalui Gramafon yang digantung di atas atap rumah yang paling besar. Semua itu menandakan penaklukan dan pendudukan pasukan Jerman di daerah tersebut. Dengan demikian intelijen sekutu dengan leluasa memetakan kekuatan musuh dengan pengumpulan Baket (Bahan keterangan) yang mudah ditemukan dalam aplikasi nyata di lapangan.

Demikian juga dengan pidato Pemimpin besar Jerman Fuhrer Adolf Hitler yang dianalisis isi dengan seksama kata demi kata untuk melihat komunikasi balik (*feedback*) yang didapat dari serangan berstruktur yang dilakukan sekutu. Gemetar dan tanda-tanda ketakutan Adolf Hitler dari komunikasi non verbal dan verbal yang ada ditafsirkan dan digunakan sebagai kontra intelijen dalam upaya meyakinkan pimpinan perang sekutu untuk melakukan perhitungan ulang dan prediksi keberhasilan di lapangan. Jelas analisis isi sudah marak

digunakan di dunia intelijen militer dalam upaya pemenangan perang dalam menaklukkan musuh. Sayangnya masih banyak aparaturnegara sudah melupakan ini sejalan dengan hilangnya perang dan masa damai. Pekerjaan besar intelijen ini menjadi sesuatu yang usang dan asing bagi aparaturnegara dalam upaya menjaga stabilitas keamanan dan pertahanan Negeranya.

Sejalan dengan itu kerja polisi di era cyber digital dengan maraknya Hoax, Hatespeech dan isu SARA menunjukkan bahwa era sudah kembali ke zaman perang dunia pertama dahulu yaitu maraknya upaya Provokasi, Agitasi dan penghasutan dalam upaya kontra intelijen yang ada dalam kerja dunia komunikasi dan informasi. Model-model propaganda yang dahulu banyak dilakukan oleh antar Negara dalam upaya perluasan wilayah dan mendapatkan daerah jajahan saat ini sudah bergeser kepada perusahaan-perusahaan dan individu yang berusaha mendapatkan keuntungan baik dalam bentuk nyata maupun potensi yang tidak nyata. Bagaimana mengukur motif dan keinginan di balik konten? Hal tersebut hanya bisa dipahami dengan memahami teks yang ada dengan tentu alat ukur yang memiliki nilai validitas dan obyektivitas yang tinggi, bahkan dengan metodologi rijit yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan logis.

Pemahaman akan analisis isi baik dalam bentuk konvensional yang menggunakan data statistik atau analisis framing, wacana dan wacana kritik dengan menggunakan pernyataan (*statement*) dalam bentuk verbal dan non verbal yang diselimiuti konteks merupakan kebutuhan mendesak yang ada pada fungsi Humas (Hubungan Masyarakat) pada tiap-tiap satuan, baik di tingkat Polda, Polres dan Polsek. Lebih utama lagi adalah pusat dari aliran informasi Humas, yakni; Mabes Polri dalam Divisi Humas yang ada. Penggunaan saksi ahli dalam persidangan adalah opsi terakhir dalam memberikan informasi handal relevan secara

ilmiah akademis akan sesuatu pesan yang ada, dan itu bukan segalanya. Bagaimana cara menghitung dan menafsirkan isi pesan yang ada merupakan pekerjaan rumah yang harus dibenahi oleh anggota polisi dalam upaya mengartikan makna yang ada dalam muatan informasi.

Dengan penguasaan akan analisis isi media massa, maka dengan mudah divisi Humas Polri tidak hanya mengedepankan pola represif dalam menanggapi kejahatan cyber digital yang ada saat ini, melainkan sebaliknya preventif dan pre-emptif dengan tetap menjaga keadilan dan obyektivitas yang ada dalam semangat demokratisasi informasi. Maksudnya Polri lebih dapat mempraktikkan pencegahan kejahatan dan hukum bukan pada penegakkan hukum yang kaku berpihak pada hukum positif yang ada. Dengan adanya analisis isi media yang ketat maka peringatan dan pemberian rambu yang jelas pada netter bisa dilakukan dalam upaya menyadarkan yang bersangkutan akan kesalahan dan pelanggaran hukum yang mungkin saja mereka tidak sadari karena mereka belum mendapatkan literasi hukum dalam dunia cyber digital.

Bila ini bisa dilakukan oleh satu Humas Polri, diyakini, maka komunitas dan netizen akan pro dan berpihak sepenuhnya dengan Polri yang sedemikian bijaksana dan mendahulukan kebenaran alternatif dalam landasan hukum daerah yang berlaku setempat tidak melulu hukum positif yang dianggap kaku dan menjadi pilihan akhir bila tidak ada penyelesaian yang ada. Dalam artian bahwa mengutamakan local genius menjadi sesuatu yang perlu untuk mengedepankan rasa keadilan dalam penyelesaian hukum.

Simpulan dan Saran

Dari pemaparan di atas jelas bahwa perubahan pesat di dunia cyber digital memaksa

semua pihak harus mau menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Demikian juga dengan seputar bidang kerja Polisi di lapangan. Diakui, bahwa dominasi gawai media dalam bentuk elektronik yang dikenal dengan media daring menyebabkan urgensi kompetensi kemampuan khusus anggota polisi di bidang kerjanya. Tentu saja konvergensi media digital memaksa orang untuk bisa memodifikasi dan mengembangkan kemampuan mereka. Dengan pembahasan di atas jelas bahwa kemampuan yang urgen dimiliki dan harus masuk dalam kurikulum pembelajaran anggota polisi adalah kemampuan memahami apa informasi itu, seluk beluk sampai dengan efek yang ditimbulkan oleh informasi itu sendiri. Kedua adalah menyoal perlunya kemampuan komunikasi di tempat kerja baik secara langsung maupun melalui penggunaan gawai dari yang berbasis jejaring internet. Tidaklah mudah mengembangkan kompetensi komunikasi pada anggota demikian juga dengan kemampuan public relations anggota dalam upaya membentuk komunitas dan menjaga kehidupannya sampai dengan hubungan baik dengan komunitas yang ada.

Tidak itu juga kesadaran akan pentingnya *Netiquette* yang ada dalam berinteraksi jejaring internet menjadi sesuatu yang sangat berbahaya bagi netter. Banyaknya batas *Netiquette* yang diterabas oleh anggota kepolisian menjadi masalah tersendiri dalam perkembangan akan nilai kebenaran yang ada. Tentu saja hal ini akan mempengaruhi konteks organisasi Polri dalam upaya menciptakan citra baik di masyarakat.

Perlu ada strategi besar dan taktik khusus dalam pelangsiran informasi di era cyber digital dengan penentuan arah dan sasaran komunikasi dan informasi dalam keperluan kepentingan komunikasi organisasi Polri. Tidak bisa semua dilepas pada kepentingan dengan strategi antar pribadi anggota. Penentuan strategi dengan model agenda media yang ada merupakan sebuah konteks besar terhadap arah dan misi

yang akan dituju oleh organisasi dalam konteks komunikasi.

Guna memahami isi informasi tentu saja perlu ada upaya analisis yang tajam dan menyeluruh dari anggota Polri untuk menilai kebenaran dan penyimpangan yang ada dalam upaya mengungkap kejahatan cyber yang marak saat ini. Dengan adanya kemampuan menganalisis yang tajam terhadap isi media baik mainstream maupun digital akan lebih memberikan rasa keadilan dalam penyelesaian persoalan penegakan hukum yang ada. Kepemilikan akan kemampuan analisis isi dari sisi model pengolahan data kuantitatif dan kualitatif menjadi syarat mutlak akan upaya mencari nilai obyektivitas/kebenaran yang ada dari isi kontainer pesan yang ada dalam bungkus informasi.

Daftar Pustaka

Boyd-Barret, Oliver (2007). *Communications media, globalization, and empire*. Indiana : John Libbey Pub.

Bungin, Burhan H.M (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan. Publik, dan Ilmu sosial*, Jakarta : Kencana (Prenada Media Group)

Eriyanto (2008). *Analisis wacana : pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta

“Jaringan : sebuah pengertian,” (availabel at <http://library.perbanas.ac.id/artikel/dinamika-jejaring-sosial-sebuah-deskripsi-umum.html>, [diakses 4/11/2009 jam. 11.49])

Kriyantono, Rachmat (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta : Kencana

Mulyana, Deddy (2007). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung : Rosda Karya

Prisgunanto, Ilham (2017). *Aplikasi teori Komunikasi Dalam Sistem Komunikasi di Indonesia*. Jakarta : Prenada Media.

Prisgunanto, Ilham (2014). *Komunikasi pemasaran era digital: WOMM, IMC, Perilaku Konsumen Era 4.0., Strategi-Taktik, Keintiman & Konvergensi Media*. Jakarta : Prisani Cendekia

Safko, Lon (2010). *The Social Media Bible : Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. 2nd.ed. New Jersey: John Wiley & Sons

Sobur, Alex. *Analisis text media : suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik dan analisis framing* (2014). **Bandung : Rosda Karya.**

Sulistyo-Basuki (1994). *Pengantar ilmu perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

West, Richard dan Lynn H. Turner (2008). *Pengantar teori komunikasi, edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.