



PEMBERITAAN MEDIA DAN MOTIVASI KERJA ANGGOTA SATLANTAS POLRESTA SIDOARJO

FAHRIAN SALEH SIREGAR

Sekolah Pascasarjana Universitas Airlangga

Email: andikakatua@icloud.com

ABSTRACT

The strategy taken by Head of Traffic Unit to neutralize media coverage is to carry out media relations activities through managing relationships, developing strategies, and developing networks. For news production strategies that can be published by Traffic Unit itself by utilizing several social media, then if Traffic Unit has a work program or traffic action, Head of Traffic Unit should be able to emphasize doing thematic framing with the dramaturgical method. The genre that makes a lot of sense to apply is the comedy genre because nowadays many people are skeptical of the form of content that seems rigid even though it's an educational message. Humor content will make a message easier to connect with the target community. Humor usually makes people more interested in sharing the content.

Keywords: Media, Motivation, Head of Traffic Unit

ABSTRAK

Strategi yang dilakukan Kasatlantas guna menetralsir pemberitaan media adalah dengan menjalankan kegiatan media relations melalui kegiatan mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan. Untuk strategi produksi berita yang bisa di publish oleh Satlantas sendiri dengan memanfaatkan beberapa media sosial maka jika Satlantas ada program kerja atau penindakan lalu lintas, sudah seharusnya Kasatlantas harus bisa menekankan untuk melakukan framing tematik dengan metode dramaturgi. Adapun genre yang sangat masuk akal untuk diterapkan adalah dengan genre komedi dikarenakan saat ini sudah banyak masyarakat yang skeptis dengan bentuk konten yang terkesan kaku walaupun itu pesan edukatif. Konten humor akan membuat suatu pesan lebih mudah terkoneksi dengan para target masyarakat. Humor biasanya membuat orang lebih tertarik untuk menyebarkan konten tersebut

Kata kunci: Media, Motivasi, Kasatlantas

PENDAHULUAN

Pengaruh suatu pemberitaan oleh media massa terhadap instansi yang diberitakan adalah sangatlah besar. Hal ini dikarenakan media massa merupakan pembentuk opini publik. Sebagaimana disampaikan Shirley Biagi bahwa media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan

perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat.¹ Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (image).²

Terkait pengaruh pemberitaan media massa terhadap internal anggota organisasi yang menjadi terpaan obyek pemberitaan, disebutkan bahwa setiap pemberitaan di media massa secara teoritis akan timbul pada diri seseorang atau sekelompok orang yang terkena terpaan media dan menimbulkan dampak terhadap motivasi intrinsik seseorang karena terpengaruhnya kognitif, afektif dan perilaku seseorang tersebut. Efek kognitif bisa memberikan secara positif dengan memberikan sifat keyakinan, pemahaman, pengetahuan baru sedangkan efek negatifnya adalah terpaan pemberitaan tersebut bisa menimbulkan keraguan dan ketidakjelasan perasaan pada diri seseorang. Efek afektif bisa memberikan dampak emosional pada seseorang atau sekelompok orang yang terkena terpaan pemberitaan. Dampak emosional antara lain seseorang bisa merasa puas, merasa takut bahkan merasa marah akibat terpaan pemberitaan tersebut. Kemudian pada efek perilaku, sebagaimana namanya maka terpaan pemberitaan media massa bisa menimbulkan efek anti sosial dan prososial. Efek antisosial meliputi segala bentuk perilaku negatif yang mana penyimpangan perilaku justru terjadi karena munculnya suatu pemberitaan yang terus menerus menerpa. Sedangkan efek prososial misalnya seseorang akan benar-benar menjaga perilaku sebagaimana label positif yang disematkan padanya dalam berbagai pemberitaan di media massa.³ Jadi, terpaan pemberitaan di media massa diduga pula akan sangat berpengaruh terhadap institusi Satlantas Polresta Sidoarjo khususnya pada motivasi kerja dari anggota. Walaupun sudah mendapatkan pembinaan mental tetapi anggota Polri tetaplah manusia biasa yang bisa senang, marah, stres, malas, giat, demotivasi ataupun termotivasi oleh karena berbagai faktor disekitarnya termasuk karena efek pemberitaan media massa.

Termotivasinya kinerja anggota Satlantas jika ada terpaan pemberitaan positif tentang institusinya tidak terlepas dari teori kebutuhan ini meliputi kebutuhan dan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas faktor kemampuan dan keahlian seseorang serta kinerja seseorang.⁴ Secara teoritis Maslow membagi kebutuhan akan rasa harga diri/penghargaan ke dalam dua sub, yakni penghormatan dari diri sendiri dan penghargaan dari orang lain. Sub pertama mencakup hasrat dari individu untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, adekuasi, prestasi, kemandirian, dan kebebasan. Kesemuanya mengimplikasikan bahwa individu ingin dan perlu mengetahui bahawa dirinya mampu menyelesaikan segenap tugas atau tantangan dalam hidupnya. Sub yang kedua mencakup antara lain prestasi. Dalam hal ini individu butuh penghargaan atas apa-apa yang dilakukannya. Penghargaan ini dapat berupa pujian, pengakuan, prestise (wibawa), status, reputasi, dan sebagainya.⁵ Oleh karenanya dengan adanya

¹ Shirley Biagi, *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 9th. Diterjemahkan Mochammad Irfan dan Wulung Wira M, *Media/Impact: Pengantar Media Massa, Edisi 9.*, Salemba Humanika, Jakarta, 2010. hal. 10

² Burhan Bungin, *Imaji Media Massa*, Jendela, Yogyakarta, 2001, hal. 31

³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hal. 119.

⁴ Danang Sunyoto, *Perilaku Organisasional: Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data*, Cetakan Pertama, CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta, 2013, hal. 3

⁵ E. Koeswara, *Motivasi: Teori dan Penelitiannya*, Angkasa, Bandung, 1995, hal. 228-229

pemberitaan yang positif terhadap institusinya maka hal ini akan memenuhi kebutuhan anggota akan penghargaan, pujian serta pengakuan atas kinerjanya selama ini.

Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut dengan adanya dugaan penulis terkait terpaan pemberitaan di media massa yang berpengaruh terhadap motivasi kerja anggota Satlantas Polresta Sidoarjo akan penulis analisis secara mendalam berikut strategi efektif dalam manajemen media yang bisa dilakukan oleh Kasatlantas guna meredam pemberitaan negatif media massa guna menaikkan motivasi kerja anggota, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema dengan batasan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah dampak terpaan pemberitaan media terhadap perubahan motivasi kinerja anggota Satlantas Polresta Sidoarjo ?
2. Bagaimana strategi Kasatlantas dalam melakukan manajemen media guna meningkatkan pemberitaan positif mengenai Satlantas Polresta Sidoarjo di media massa ?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Secara teoritis metode ini berguna untuk menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan Media Terhadap Kinerja Satlantas Polresta Sidoarjo

Media merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat, yang terletak di antara dua pihak sebagai perantara atau penghubung.⁷ Sedangkan McLuhan bersama Quentin Fiore, menyatakan bahwa “media setiap zamannya menjadi esensi masyarakat” hal ini menunjukkan bahwasanya masyarakat dan media selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat.⁸ Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media cetak terbagi menjadi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitupula dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media online meliputi media internet seperti website, dan lainnya.⁹ Jika dilihat dari kemampuannya menarik perhatian manusia (masyarakat), ketiga jenis media massa tersebut sama-sama memiliki strategi dalam menarik perhatian khalayak. Mengenai menarik perhatian masyarakat, media sosial yang merupakan bagian dari media online bisa saja lebih aktif dalam mengalihkan perhatian masyarakat dari media massa dan hanya tertuju pada media sosial.¹⁰

Jumlah publikasi pemberitaan yang judul pemberitaannya terkait Satlantas Polresta Sidoarjo dalam kurun waktu 1 tahun terakhir ternyata masih sangat minim

⁶Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, BumiAksara, 1999, hal. 26

⁷ Risa Agustin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Serba Jaya, Surabaya 2011, hal. 413.

⁸ McLuhan M & Quentin Fiore, *The Medium is The Massage*, Bantam Books, New York, 1967.

⁹ Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hal. 27

¹⁰ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI, Jakarta, 2010, hal. 2-3

yakni hanya ada total 21 artikel yang dipublish oleh media terkait pemberitaan Satlantas Polresta Sidoarjo serta total ada 124 engagement untuk artikel pemberitaan tersebut. Hal ini tentunya sangat berbeda jauh dengan pemberitaan Polresta Sidoarjo secara umum yang terdapat 515 artikel terkait dengan 20.533 engagement selama kurun 1 tahun terakhir. Adapun untuk media yang paling banyak mempublish artikel terkait Polresta Sidoarjo adalah beritajatim.com sedangkan pada Satlantas adalah ntmcpolri.info yang notabene adalah masih dalam lingkup internal Polri. Untuk reaksi masyarakat dalam pemberitaan-pemberitaan tersebut mayoritas bersentimen positif. Data penelitian tersebut diambil dengan melakukan web scraping atau proses pengambilan data atau ekstraksi dari sebuah website, lalu data tersebut umumnya disimpan dalam sebuah format dengan bantuan aplikasi BuzzSumo. Adapun keterbatasan dari aplikasi ini dan juga pada aplikasi lainnya adalah tidak bisa diaksesnya pemberitaan yang judulnya tidak mengandung kata kunci “Satlantas Polresta Sidoarjo” padahal isi pemberitaannya mengandung kata kunci “Satlantas Polresta Sidoarjo”, sehingga untuk menghitungnya secara manual dilakukan dengan menggunakan google news dengan memfilter pencarian pada 1 tahun terakhir yang didapatkan 78 pemberitaan. Kendala lain dalam penggunaan aplikasi BuzzSumo adalah diproteksinya instagram untuk dilakukannya scraping data. Sehingga untuk mendeskripsikan produksi berita di Instagram Satlantas Polresta Sidoarjo dengan alamat @satlantas_sidoarjo maka penulis melakukannya secara manual dengan mendeskripsikan 30 postingan terakhir yang mana rata-rata hanya 2,87 orang yang berkomentar dalam 30 postingan terakhir dan yang tidak berkomentar pada unggahan mencapai 16 unggahan atau rata-rata 53,33% netizen tidak berkomentar sama sekali. Untuk unggahan yang dipenuhi dengan komentar negatif ditemukan penulis justru pada postingan 2 Juli 2020 terkait PPKM Darurat. Banyak netizen yang merasa terganggu dan terdampak dengan kebijakan itu yang pada akhirnya meluapkannya pada komentarnya di Instagram.

Guna menganalisis hasil wawancara dan mengetahui bagaimana sikap atau perilaku yang terjadi pada responde terkait adanya pemberitaan di media maka penulis menggunakan metode analisis dari Spradley yang lebih dikenal dengan teknik analisis etnografi. Teknik yang dikemukakan oleh Spradley ini untuk menganalisis hasil wawancara pada responden yang ditentukan.¹¹

Menurut Spradley, Angrosino, Lazar, pada awalnya etnografi merupakan bidang ilmu antropologi yang mempelajari budaya non-Barat (*non-western cultures*).¹² Tetapi kemudian diadopsi dalam lintas disiplin ilmu misalnya politik, sosial, budaya, pendidikan, dan lain. Meminjam pendapat Lupton¹³, Orton-Johnson dan Prior¹⁴, Poulsen¹⁵, saat ini masyarakat hidup pada zaman digital yang terkoneksi dengan internet. Maka seluruh aspek kehidupan sosial budaya diekspresikan pada ruang budaya digital. Realitas budaya digital yang ada ini tidak mungkin dibaca hanya dengan menggunakan etnografi yang lama. Seluruh model penelitian etnografi berbasis

¹¹ Sugiyono, *Op.Cit*, hal. 253

¹² Jonathan Lazar, Jinjuan Heidi Feng, dan Harry Hochheiser, *Research Methods in Human-Computer Interaction*, 2 ed. Morgan Kaufmann Publishers, Cambridge, 2017, hal. 231.

¹³ Deborah Lupton, *Digital Sociology*, Routledge Taylor & Francis Group, London and New York, 2015, hal. 1-10

¹⁴ Kate Orton-Johnson dan Nick Prior, ed., *Digital Sociology: Critical Perspectives*, Palgrave Macmillan, London, 2013, hal. 13

¹⁵ Søren Vigild Poulsen, dkk, “Special Issue: Social Media as Semiotic Technology,” *Social Semiotics Vol. 28, No. 5 (2018)*, hal. 593-600

internet tersebut seperti gagasan Garcia¹⁶ dan Samer¹⁷ memiliki objek kajian yang sama yaitu perilaku manusia dan realitas sosial budaya dalam pengaruhnya di ruang digital. Artinya disini untuk meneliti terpaan pemberitaan di media khususnya media digital terkait motivasi anggota Satlantas Polresta Sidoarjo bisa dianalisis dengan pendekatan ini. Ada empat tahap analisis data menggunakan pendekatan etnografi ini, yaitu:¹⁸

a. Analisis Domain

Analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau obyek penelitian. Data diperoleh dari grand tour dan minitour question. Hasilnya berupa gambaran umum tentang obyek yang diteliti, yang sebelumnya belum pernah diketahui. Dalam analisis ini informasi yang diperoleh belum mendalam, masih di permukaan, namun sudah menemukan domain-domain atau kategori dari situasi sosial yang diteliti.

Dalam analisis domain akan digambarkan secara menyeluruh dari objek penelitian yang diteliti yang dalam hal ini adalah terkait efek pemberitaan media. Dari domain efek pemberitaan kemudian dipersempit lagi menjadi *cover term* yang dalam penelitian ini terkait motivasi kerja. Dari motivasi kerja ini kemudian dibagi menjadi 3 indikator utama penelitian yakni efek pemberitaan tersebut mempunyai hubungan semantic yakni berupa pengaruh yang berarti bahwa efek pemberitaan dikaitkan dengan motivasi kerja akan dibahas pada pengaruhnya pada struktur sikap di ranah kognitif, afektif dan konatif.

b. Analisis Taksonomi

taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. Dengan demikian domain yang telah ditetapkan menjadi *cover term* oleh peneliti dapat diurai secara lebih rinci dan mendalam melalui analisis taksonomi ini.¹⁹

Dari hasil rekap kuesioner dalam ranah analisis taksonomi dapat disajikan dalam diagram sebagai berikut :



c. Analisis Komponensial

¹⁶ Angela Cora Garcia et al., "Ethnographic Approaches to The Internet and Computer-Mediated Communication," *Journal of Contemporary Ethnography* Vol. 38, No. 1, February (2009), hal. 52-84.

¹⁷ Onajomo Akemu dan Samer Abdelnour, "Confronting the Digital: Doing Ethnography in Modern Organizational Settings," *Organizational Research Methods* Vol. 23, No. 2, August (2020), hal. 1

¹⁸ Sugiyono, *Op.Cit*, hal. 256.

¹⁹ Sugiyono, *Op.Cit*. hal. 261

Dari hasil wawancara setidaknya terdapat 3 kategori yang bisa dikelompokkan yakni dampak positif, dampak negatif serta perspektif pada pimpinan. Selanjutnya dari kategori tersebut dikelompokkan lagi berdasarkan kategori yang kontras dan dicari hubungan antar kategorinya berdasarkan suatu analisis. Berikut penjabarannya :

Dampak Positif	Dampak Negatif	Perspektif Pada kepemimpinan
Keyakinan, fokus, kreatifitas, kepercayaan diri, optimisme, kebutuhan atensi, fokus, kontribusi aktif	Ketidakyakinan, Kekhawatiran, kekecewaan, kesedihan, beban kerja berlebih	Pemahaman manajemen media, framing media, Kebutuhan pengetahuan TI, kepercayaan pada pimpinan, Berperilaku komunikatif

Hubungan Kontras Antar Kategori	Analisis Deskriptif Hubungan Antar Kategori
Kesedihan - Pimpinan bisa menerapkan manajemen media - kreatifitas - kepercayaan diri	Kesedihan anggota terhadap berbagai pemberitaan bisa diatasi dengan manajemen media yang diterapkan Pimpinan. Kegiatan kreatif yang dilakukan anggota akan bisa di laksanakan dengan baik tanpa kekhawatiran adanya pemberitaan negatif. Dan hal ini akan menumbuhkan kepercayaan diri dari anggota
Kekhawatiran - Pimpinan bisa melakukan framing media - optimisme	Kekhawatiran anggota akan banyaknya pemberitaan negatif tentang kepolisian bisa diatasi dengan pimpinan yang bisa melakukan framing media dengan memunculkan isu positif sehingga menumbuhkan optimisme
Keyakinan - Pimpinan menjadi tumpuan kepercayaan - kekecewaan	Keyakinan dalam bekerja harus didukung dengan pimpinan yang bisa menyokong tugas bawahan agar tidak menjadi tumpuan kekecewaan
beban kerja berlebih - Pimpinan berperilaku komunikatif - kontribusi aktif - fokus	Beban kerja berlebih dari anggota harus diperhatikan benar saat ini. Dengan sikap pimpinan yang komunikatif dan bisa mengorganisir beban kerja maka

	kontribusi dan fokus kerja anggota akan meningkat
Kebutuhan atensi - Kebutuhan Pimpinan dengan pengetahuan TI - ketidakyakinan	Tidak dipungkiri bahwa anggota membutuhkan atensi saat ini sehingga pimpinan yang mengetahui benar teknologi informasi sangat dibutuhkan agar kinerja anggota yang positif bisa diketahui masyarakat. Tetapi hal ini akan menjadi ketidakyakinan bagi anggota jika ternyata pimpinan saat ini tidak fokus mengelola TI dan tidak begitu menguasai TI.

d. Analisis Tema

Analisis tema atau *discovering themes*, sesungguhnya merupakan upaya mencari "benang merah" yang mengintegrasikan keseluruhan hasil analisis menjadi satu pikiran utama atau simpulan utama. Dengan ditemukan benang merah dari hasil analisis domain, taksonomi, dan komponensial tersebut, maka selanjutnya akan dapat tersusun suatu "konstruksi bangunan utuh" situasi sosial/obyek penelitian yang sebelumnya masih gelap atau remang-remang, dan setelah dilakukan penelitian lanjutan maka akan menjadi lebih terang dan jelas.

Adapun benang merah atau konstruksi pikiran utama dari tema hasil wawancara diatas antara lain :

1. Pemberitaan Media Berdampak Pada Motivasi Anggota Dan Peran Kepemimpinan Sangat Vital Guna Mengatasinya
2. Kebutuhan Peran Pimpinan Saat ini dalam melakukan manajemen media adalah untuk bisa berhubungan baik dengan media serta melakukan framing dalam setiap pemberitaan.

Sebagaimana dari penyusunan tema utama dalam wawancara maka untuk bisa menjadikannya lebih terang dan jelas harus dideskripsikan berdasarkan teori dan observasi lanjutan.

Strategi Kasatlantasi Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Media Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat melalui wawancara dan observasi yang mengacu kepada konsep yang peneliti gunakan mengenai strategi media relations dari Yosol Iriantara bahwa strategi yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan media relations melalui beberapa tahapan, yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan.²⁰ Berikut adalah penjabarannya :

A. Mengelola Relasi

Kasatlantasi melakukan kegiatan formal dalam upaya mendukung kegiatan mengelola relasi secara professional. Kegiatan yang bersifat formal diartikan kegiatan yang sepenuhnya ada dalam rumusan anggaran resmi. Kegiatan tersebut antara lain gathering, *press tour* yang memiliki nilai berita misalnya ada kegiatan sosial yang dilakukan Satlantasi maka *press tour* akan menjadi momen untuk memaksimalkan pemberitaan. Selain itu agenda yang juga dilakukan adalah dengan melakukan

²⁰ Yosol Iriantara, *Media Relations : Konsep, Pendekatan dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekotama, 2005

kunjungan ke *Pemred* surat kabar ataupun mengikuti dialog interaktif berupa podcast atau kegiatan dialog interaktif live yang sering diadakan oleh Suara Surabaya. Dalam hal mengelola relasi agar tercipta hubungan mitra yang lebih akrab atau secara informal, pendekatan dengan wartawan pun dilakukan oleh Kasatlantas. Mengundang para wartawan hanya untuk sekedar minum kopi pun kadang dilakukan.

B. Mengembangkan Strategi

Kasatlantas selalu berusaha memberikan sumber daya terbaik mereka sebagai narasumber atau juru bicara bagi media mainstream jika dibutuhkan. Dimana mereka yang memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dalam penyampaian informasi. Kasatlantas pun melakukan antisipasi terhadap tuntutan media dalam mendapatkan informasi yang begitu tinggi dan juga jumlah media siar yang sekarang ini terus bertambah jumlahnya. Dengan cara menambah sumber dayanya, terutama sebagai sumber berita atau narasumber.

C. Mengembangkan Jaringan

Kasatlantas menggunakan dan memanfaatkan segala celah, peluang serta kesempatan yang ada dalam mengembangkan jaringan khususnya dengan insan media. Tidak hanya organisasi yang bersifat pemerintahan, tetapi juga pihak swasta. Ini digunakan sebagai alat media publikasi atau sosialisasi maupun untuk menambah pengetahuan dan kemampuan Kasatlantas maupun anggotanya. Tidak hanya menjangkau organisasi kewartawanan saja, Kasatlantas pun merangkul segala lembaga serta organisasi lainnya yang ada di masyarakat. Untuk menjadi mitra yang berguna dan mendukung segala kegiatan Kasatlantas secara khusus dan Polri secara luas. Kasatlantas memiliki kebijakan dan program-program berkenaan dengan Peningkatan citra Polresta Sidoarjo. Selain itu juga berperan untuk menjalin kemitraan atau hubungan baik khususnya dengan media massa. Karena media massa merupakan alat (sarana) penting yang berguna untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik terutama terkait Satlantas Polresta Sidoarjo sebab itu perlu adanya kerja sama yang baik antara pihak Kasatlantas dan media massa.

Kasatlantas juga menjelaskan kendala teknis maupun non-teknis. Kendala yang dihadapi oleh Kasatlantas merupakan kendala yang situasional dan tidak bisa diprediksi. Semisal kendala yang dipengaruhi oleh situasi politik. Karena latar belakang pada media itu berbeda-beda, dan banyak pula dipengaruhi oleh pemiliknya. Selain kendala tersebut maka kendala yang kadangkala terjadi adalah tidak sinkronnya apa yang disampaikan anggota dengan apa yang ditulis wartawan serta banyaknya informasi yang sudah disampaikan ternyata tidak masuk pada publikasi.

D. Strategi Dalam Melakukan Framing Pemberitaan

Ketika Satlantas ada program kerja atau penindakan lalu lintas, maka menurut penulis Kasatlantas harus bisa menekankan untuk melakukan framing tematik dengan metode dramaturgi. Adapun genre yang sangat masuk akal untuk diterapkan adalah dengan genre komedi. Adapun komedi menurut penulis lebih efektif dikarenakan beberapa hal : Pertama, saat ini sudah banyak masyarakat yang skeptis dengan bentuk konten yang terkesan kaku walaupun itu pesan edukatif. Sementara, sebuah konsep humor kerap membuat masyarakat dengan senang hati menerimanya, apa pun bentuknya, selama bisa membuat mereka terhibur, sekalipun sebenarnya apa yang mereka lihat itu adalah sebuah edukasi yang jika dikemas secara biasa akan terasa membosankan. Kedua, konten humor akan membuat suatu pesan lebih mudah terkoneksi dengan para target audiens atau dapat dikatakan juga, konten humor atau

komedi membuat pesan lebih dekat dan relevan dengan masyarakat karena lekat dengan keseharian. Ketiga, humor biasanya membuat orang lebih tertarik untuk menyebarkan konten tersebut. Dan jika seseorang merasa terhibur ketika melihat suatu konten, maka kecenderungan untuk membagikan konten terkait di dalam media sosial mereka menjadi lebih besar. Sehingga, sebuah konten lucu, jika "dimainkan" dengan benar, akan meningkatkan kemungkinan untuk menjadi viral. Suatu konten dapat dikatakan sebagai konten yang viral jika konten tersebut telah dibagikan berulang kali oleh pengguna media sosial, serta menyebar di jejaring pengguna media sosial. Hasil studi yang dilakukan oleh Deza dan Parikh menyebutkan bahwa suatu konten yang viral memiliki nilai skor viralitas yang tinggi dibandingkan dengan konten lainnya. Skor viralitas ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang melihat konten tersebut (*views*), memiliki lebih banyak jumlah pengguna media sosial yang menyukai konten tersebut (*up votes*) dibandingkan konten lainnya, memiliki sedikit jumlah pengguna yang tidak menyukai konten tersebut (*down votes*), serta memiliki nilai shares atau jumlah pengguna yang membagikan ulang konten tersebut lebih banyak dibandingkan konten lainnya.²¹ Keempat, sebuah konten humor dapat membentuk citra institusi. Melalui sebuah komedi akan membuat masyarakat lebih mudah mengingat pesan dan siapa yang mengirimkan pesan. Dan ketika sebuah humor atau komedi dapat ditempatkan secara tepat, maka bisa membuat citra institusi yang dalam hal ini Satlantas Polresta Sidoarjo dapat menampilkan personality-nya dan akan membuat pesan yang disampaikan lebih sesuai dengan para masyarakat digital saat ini.

KESIMPULAN

Publikasi pemberitaan terkait Satlantas Polresta Sidoarjo dalam kurun waktu 1 tahun total 21 artikel serta total ada 124 engagement untuk artikel pemberitaan tersebut. Data penelitian diambil dengan melakukan web scraping atau proses pengambilan data atau ekstraksi dari sebuah website, lalu data tersebut umumnya disimpan dalam sebuah format dengan bantuan aplikasi BuzzSumo memiliki keterbatasan yakni tidak bisa diaksesnya pemberitaan yang judulnya tidak mengandung kata kunci "Satlantas Polresta Sidoarjo" padahal isi pemberitaannya mengandung kata kunci "Satlantas Polresta Sidoarjo", sehingga untuk menghitungnya secara manual dilakukan dengan menggunakan google news dengan memfilter pencarian pada 1 tahun terakhir dan didapatkan 78 pemberitaan. Kendala lain adalah diproteksinya instagram untuk dilakukannya scraping data. Sehingga untuk mendeskripsikan produksi berita di Intagram Satlantas Polresta Sidoarjo dengan alamat @satlantas_sidoarjo maka penulis melakukannya secara manual dengan mendeskripsikan 30 postingan terakhir yang mana rata-rata hanya 2,87 orang yang berkomentar dan yang tidak berkomentar sama sekali pada unggahan mencapai 16 unggahan atau rata-rata 53,33% netizen yang tidak berkomentar sama sekali. Untuk unggahan yang dipenuhi dengan komentar negatif ditemukan penulis justru pada postingan 2 Juli 2020 terkait PPKM Darurat. Mengenai dampak pemberitaan media terhadap motivasi kerja anggota Satlantas Polresta Sidoarjo yang dianalisis menggunakan metode analisis dari Spradley melalui tahapan : Pertama, analisis domain dengan menentukan domain pada efek pemberitaan media. Cover term berupa motivasi kerja yang mempunyai hubungan semantik berupa included terms yakni kognitif, afektif dan konatif. Kedua, melakukan analisis taksonomi dengan merekap transkrip wawancara kemudian mengkategorikannya. Ketiga, analisis

²¹ Lidya Agustina, "Viralitas Konten Di Media Sosial", *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, Vol. 1 No. 2 Desember 2020, hal. 151

komponensial yang mana kategori tersebut dikelompokkan lagi berdasarkan kategori yang kontras dan dicari hubungan antar kategorinya berdasarkan suatu analisis. Keempat, analisis tema yang menghasilkan pikiran utama atau benang merah dari keseluruhan wawancara antara lain : Pemberitaan Media Berdampak Pada Motivasi Anggota Dan Peran Kepemimpinan Sangat Vital Guna Mengatasinya; Kebutuhan Peran Pimpinan Saat ini dalam melakukan manajemen media adalah untuk bisa berhubungan baik dengan media serta melakukan framing dalam setiap pemberitaan.

Strategi yang dilakukan Kasatlantas dalam menjalin hubungan dengan media eksternal adalah dengan menjalankan kegiatan media relations melalui beberapa tahapan, yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan. Untuk strategi produksi berita yang bisa di publish oleh Satlantas sendiri dengan memanfaatkan beberapa media sosial maka jika Satlantas ada program kerja atau penindakan lalu lintas, sudah seharusnya Kasatlantas harus bisa menekankan untuk melakukan framing tematik dengan metode dramaturgi. Adapun genre yang sangat masuk akal untuk diterapkan adalah dengan genre komedi dikarenakan saat ini sudah banyak masyarakat yang skeptis dengan bentuk konten yang terkesan kaku walaupun itu pesan edukatif. Konten humor akan membuat suatu pesan lebih mudah terkoneksi dengan para target masyarakat. Humor biasanya membuat orang lebih tertarik untuk menyebarkan konten tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anas Sudijono, *Evaluasi Pendidikan*. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011

Anwar Prabu Mangkunegara, *Psikologi perusahaan*, Trigenda karya, Bandung, 1993

Burhan Bungin, *Imaji Media Massa*, Jendela, Yogyakarta, 2001

Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book*, PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI, Jakarta, 2010

Danang Sunyoto, *Perilaku Organisasional: Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data*, Cetakan Pertama, CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta, 2013

Deborah Lupton, *Digital Sociology*, Routledge Taylor & Francis Group, London and New York, 2015

E. Koeswara, *Motivasi: Teori dan Penelitiannya*, Angkasa, Bandung, 1995

Elvinaro Ardiano dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2007

Hafied Cangara, *Pengantar ilmu komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010

Jonathan Lazar, Jinjuan Heidi Feng, dan Harry Hochheiser, *Research Methods in Human- Computer Interaction*, 2 ed. Morgan Kaufmann Publishers, Cambridge, 2017

Kate Orton-Johnson dan Nick Prior, ed., *Digital Sociology: Critical Perspectives*, Palgrave Macmillan, London, 2013

Lidya Agustina, "Viralitas Konten Di Media Sosial", *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, Vol. 1 No. 2 Desember 2020

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Bumi Aksara, 1999

McLuhan M & Quentin Fiore, *The Medium is The Massage*, Bantam Books, New York, 1967.

Melayu Hasibuan, *Managemen Dasar, Pengertian Dan Masalah*, Refisi F. d., Rajawali, Jakarta 2001

Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013

Onajomo Akemu dan Samer Abdelnour, "Confronting the Digital: Doing Ethnography in Modern Organizational Settings," *Organizational Research Methods* Vol. 23, No. 2, August (2020)

Pandji Anoraga, *Psikologi Kerja*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 1992

Ratna Wilis Dahar, *Teori-Teori Belajar dan Pembelajaran*, Erlangga, Jakarta, 2007

Risa Agustin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Serba Jaya, Surabaya 2011

Shirley Biagi, *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 9th. Diterjemahkan Mochammad Irfan dan Wulung Wira M, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, Edisi 9., Salemba Humanika, Jakarta, 2010

Søren Vigild Poulsen, dkk, "Special Issue: Social Media as Semiotic Technology," *Social Semiotics* Vol. 28, No. 5 (2018),

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, edisi ke 12 buku 1, Salemba empat, Jakarta, 2008

Sulistyo Basuki, *Metode Penelitian*, Jakarta: Wedatama Widya, 2006

Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009

Yosal Iriantara, *Media Relations : Konsep, Pendekatan dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekotama, 2005

Jurnal

Angela Cora Garcia et al., "Ethnographic Approaches to The Internet and Computer-Mediated Communication," *Journal of Contemporary Ethnography* Vol. 38, No. 1, February (2009)