

Strategi Komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam Membangun Citra Institusi

Fitra Anugrah¹, Sumarjo², Siti Mayasari Pakaya³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received September 28, 2026 Revised September 28, 2026 Accepted September 28, 2026 Kata Kunci: Citra Institusi, Satbrimob Polda Gorontalo, Strategi Komunikasi, Teori Dua Arah Simetris Keywords: <i>Institutional Image, Satbrimob Polda Gorontalo, Communication Strategy, Two-Way Symmetrical Theory</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik penentuan informan melalui teknik <i>purposive sampling</i>. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satbrimob Polda Gorontalo menerapkan tiga strategi komunikasi, yaitu strategi komunikasi humanis, strategi komunikasi berbasis media, dan strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial. Strategi komunikasi humanis dilakukan melalui interaksi yang ramah, terbuka, dan dialogis, strategi berbasis media dilakukan melalui pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan pelayanan institusi, sedangkan strategi berbasis kegiatan sosial diwujudkan melalui kegiatan sosial dan kemanusiaan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Dari ketiga strategi tersebut, kegiatan sosial menjadi strategi yang paling dominan dalam membangun citra institusi karena memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat dan memperkuat hubungan antara institusi dan masyarakat. Penerapan ketiga strategi tersebut menunjukkan karakteristik Teori Dua Arah Simetris melalui komunikasi dua arah, umpan balik, keterbukaan, dan <i>mutual understanding</i>. Penelitian ini menyarankan agar Satbrimob Polda Gorontalo terus mengoptimalkan penerapan ketiga strategi komunikasi tersebut secara terpadu serta memperkuat komunikasi dua arah dengan masyarakat untuk mempertahankan citra institusi yang positif. ABSTRACT <i>This study aimed to analyze the communication strategies employed by Satbrimob Polda Gorontalo to build its institutional image. The study employed a qualitative descriptive method with informants selected through purposive sampling. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that Satbrimob Polda Gorontalo implemented three communication strategies, namely a humanistic communication strategy, a media-based communication strategy, and a social activity-based communication strategy. The humanistic communication strategy was implemented through friendly, open, and dialogic interactions; the media-based strategy involved using social media to disseminate information about institutional activities and services; while the social activity-based strategy was implemented through various social and humanitarian activities that directly involved the community. Among the three strategies, social activities constituted the most dominant strategy in building the institutional image because they provided the community with direct experiences and strengthened the relationship between the institution and the community. The implementation of these strategies demonstrated the characteristics of the Symmetrical Two-Way</i>

Communication Theory through interaction, feedback, openness, and mutual understanding. This study recommends that Satbrimob Polda Gorontalo continue to optimize the integrated implementation of the three communication strategies and strengthen two-way communication with the community to maintain a positive institutional image.

This is an open access article under the [CC BY](#) license



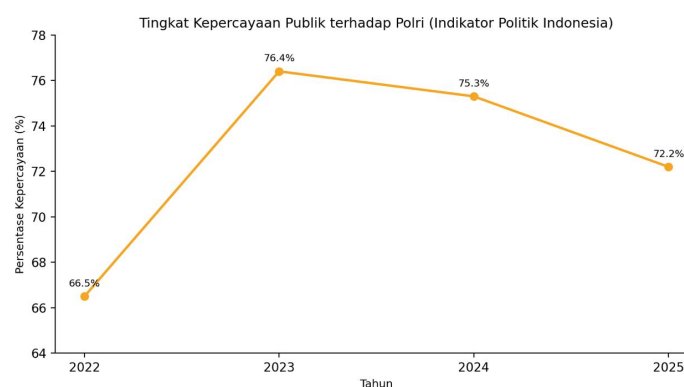
Corresponding Author:

Fitra Anugrah
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo
Gorontalo, Indonesia
Email: ftraanugrah@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan bagian penting dalam penyelenggaraan organisasi publik karena tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan antara institusi dan masyarakat. Dalam konteks lembaga publik, kualitas komunikasi dapat memengaruhi pemahaman, kepercayaan, dan penilaian masyarakat terhadap institusi. Citra institusi terbentuk melalui berbagai pengalaman, informasi, pelayanan, serta interaksi yang diterima masyarakat [1]. Oleh karena itu, pembangunan citra perlu didukung oleh strategi komunikasi yang terencana, terbuka, dan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan publik.

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) merupakan salah satu lembaga publik yang memiliki intensitas interaksi tinggi dengan masyarakat. Pelaksanaan tugas kepolisian tidak hanya berkaitan dengan pemeliharaan keamanan dan ketertiban serta penegakan hukum, tetapi juga mencakup perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat. Dinamika citra kepolisian salah satunya terlihat dari tingkat kepercayaan publik yang tercatat sebesar 66,5% pada 2022 [2], meningkat menjadi 76,4% pada 2023[3], sebesar 75,3% pada 2024 [4] , dan 72,2% berdasarkan survei Mei 2025[5]. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat bersifat dinamis sehingga pembangunan citra perlu dilakukan secara berkelanjutan.



Gambar 1. Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Polri
Sumber: Indikator Politik Indonesia (2022-2025)

Pada tingkat daerah, tantangan pembangunan citra juga terlihat dalam konteks Polda Gorontalo. Survei Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap kinerja Polda Gorontalo yang melibatkan tim peneliti Universitas Negeri Gorontalo menunjukkan tingkat kepuasan masyarakat sebesar 74,1%. Meskipun

menunjukkan penilaian yang relatif positif, masih terdapat masyarakat yang menyatakan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya upaya berkelanjutan untuk memperkuat hubungan antara institusi kepolisian dengan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan publik [6].

Salah satu satuan kepolisian yang memiliki karakteristik tugas khusus adalah Brigade Mobil (Brimob). Brimob memiliki tugas yang berkaitan dengan penanganan gangguan keamanan berintensitas tinggi, penanggulangan kerusuhan massa, penanggulangan terorisme, pencarian dan penyelamatan, penjinakan bahan peledak, serta operasi kepolisian lainnya yang memiliki tingkat risiko tinggi. Karakteristik tersebut membuat Brimob lebih sering dikenal melalui aktivitas pengamanan dan operasi dibandingkan aktivitas pelayanan, edukasi, sosial, dan kemanusiaan. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri dalam pembangunan citra karena masyarakat perlu memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai peran Brimob, tidak hanya sebagai satuan dengan fungsi keamanan, tetapi juga sebagai institusi yang hadir dalam pelayanan dan kehidupan sosial masyarakat.

Dalam konteks tersebut, Satbrimob Polda Gorontalo melaksanakan berbagai bentuk komunikasi kepada masyarakat melalui pendekatan humanis, pemanfaatan media digital, serta kegiatan sosial dan kemanusiaan. Bentuknya antara lain patroli dialogis, edukasi, bakti sosial, donor darah, bantuan kemanusiaan, serta publikasi kegiatan melalui media resmi dan media sosial. Strategi humanis dilakukan melalui komunikasi yang ramah, persuasif, terbuka, dan dialogis, strategi berbasis media memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian informasi dan interaksi, sedangkan kegiatan sosial menjadi sarana membangun kedekatan melalui keterlibatan langsung dengan masyarakat.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki peran dalam membangun hubungan antara institusi kepolisian dan masyarakat. Penelitian Pranata dan Ayuh [7] mengkaji komunikasi publik humas Polda Bengkulu melalui pendekatan humanis, sedangkan Sanusi dan Vanel (2025) membahas strategi komunikasi Polres Salatiga dalam membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian Saverin *et al.* [8] juga menunjukkan pemanfaatan humas kepolisian dalam menghadapi pemberitaan negatif. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak mengkaji institusi kepolisian secara umum atau menitikberatkan pada bentuk strategi tertentu. Kajian yang secara khusus mengintegrasikan strategi komunikasi humanis, pemanfaatan media, dan kegiatan sosial dalam konteks Satbrimob Polda Gorontalo untuk membangun citra institusi masih terbatas.

Penelitian ini menggunakan Teori Dua Arah Simetris (*Two-Way Symmetric Theory*) dari Grunig dan Hunt [9] sebagai landasan untuk memahami hubungan komunikasi antara institusi dan masyarakat. Teori tersebut menekankan komunikasi dua arah, umpan balik, *mutual understanding*, penyesuaian organisasi, serta dialog dan keterbukaan. Dalam penelitian ini, teori digunakan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo tidak hanya diarahkan pada penyampaian pesan kepada masyarakat, tetapi juga pada penerimaan respons, keterbukaan terhadap masukan, dan penyesuaian komunikasi berdasarkan respons masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi, dengan memfokuskan kajian pada strategi komunikasi humanis, strategi komunikasi berbasis media, dan strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial serta menganalisis penerapannya berdasarkan karakteristik Teori Dua Arah Simetris.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk memahami strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menelaah dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan [10]. Penelitian dilaksanakan di Markas Komando Satuan

Brimob Polda Gorontalo (Mako Satbrimobda Gorontalo), Jl. L. Palalu, Desa Raya, Kecamatan Tibawa, Kabupaten Gorontalo. Penelitian dilaksanakan pada Oktober 2025–Juli 2026 dengan pengumpulan data pada Mei 2026.

Objek penelitian adalah strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti relevansi posisi, pengalaman, dan keterlibatan mereka dengan proses komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo [11]. Informan internal berasal dari personel Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PID) yang terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dokumentasi, dan publikasi kegiatan komunikasi. Informan masyarakat dipilih dari masyarakat yang pernah mengikuti, mengetahui, atau terlibat dalam program dan kegiatan Satbrimob Polda Gorontalo. Pemilihan kedua kelompok informan dilakukan untuk memperoleh perspektif institusi sekaligus pengalaman dan pandangan masyarakat terhadap strategi komunikasi yang dilaksanakan.

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi terhadap aktivitas komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, arsip dan publikasi kegiatan, dokumentasi, konten media sosial, pemberitaan media massa, serta literatur ilmiah yang relevan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri dengan pedoman wawancara dan observasi sebagai instrumen pendukung.

Analisis data menggunakan model Miles *et al.* [12] yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data dikelompokkan berdasarkan tiga strategi komunikasi, yaitu strategi komunikasi humanis, strategi komunikasi berbasis media, dan strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial. Selanjutnya, temuan dianalisis dengan menghubungkannya pada konsep strategi komunikasi dan Teori Dua Arah Simetris untuk melihat proses komunikasi dua arah, umpan balik, keterbukaan, *mutual understanding*, dialog, dan penyesuaian organisasi dalam pelaksanaan strategi komunikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satbrimob Polda Gorontalo menerapkan tiga strategi komunikasi dalam membangun citra institusi, yaitu strategi komunikasi humanis, strategi komunikasi berbasis media, dan strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial. Ketiga strategi tersebut diterapkan secara saling melengkapi melalui interaksi langsung dengan masyarakat, pemanfaatan media sosial, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan. Dari ketiga strategi tersebut, strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial menjadi strategi yang paling dominan karena memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat dan memperkuat kedekatan antara Satbrimob Polda Gorontalo dengan masyarakat

3.1.1 Strategi Komunikasi Humanis

Strategi komunikasi humanis diterapkan melalui pendekatan yang ramah, terbuka, persuasif, dan komunikatif dalam interaksi antara personel Satbrimob Polda Gorontalo dengan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini dilaksanakan melalui proses perencanaan, penentuan target publik, pelaksanaan komunikasi, evaluasi, serta pengelolaan hambatan. Perencanaan dilakukan melalui koordinasi internal untuk menentukan bentuk kegiatan, sasaran masyarakat, pendekatan komunikasi, dan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam pelaksanaannya, pendekatan humanis diwujudkan melalui interaksi langsung dengan masyarakat, seperti menyapa, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, bersikap terbuka, serta memberikan ruang kepada masyarakat untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi maupun masukan. Pendekatan tersebut ditemukan dalam kegiatan patroli dialogis, edukasi, pelayanan, dan

kegiatan lain yang melibatkan masyarakat secara langsung. Pola komunikasi tersebut menciptakan suasana interaksi yang lebih nyaman dan mendorong masyarakat untuk lebih terbuka dalam berkomunikasi dengan personel Satbrimob.

Perspektif masyarakat memperkuat temuan tersebut. Masyarakat menggambarkan interaksi dengan personel Satbrimob sebagai komunikasi yang ramah, terbuka, dan komunikatif. Masyarakat juga memperoleh kesempatan untuk menyampaikan pendapat dan berkomunikasi secara langsung dengan personel. Dengan demikian, komunikasi humanis tidak hanya berlangsung sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga memberikan pengalaman interaksi yang dapat mempererat hubungan antara institusi dan masyarakat.

Evaluasi strategi komunikasi humanis dilakukan melalui koordinasi atau rapat internal dengan memperhatikan pelaksanaan kegiatan, respons masyarakat, kendala di lapangan, serta hal-hal yang perlu diperbaiki pada kegiatan berikutnya. Evaluasi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi humanis digunakan secara berkelanjutan untuk mempertahankan hubungan yang lebih dekat dan positif dengan masyarakat.

Meskipun demikian, pelaksanaan strategi komunikasi humanis masih menghadapi keterbatasan jumlah personel, waktu pelaksanaan, dan luasnya wilayah sasaran. Kondisi tersebut memengaruhi intensitas interaksi yang dapat dilakukan, sehingga pelaksanaan komunikasi perlu disesuaikan dengan kondisi dan tugas operasional Satbrimob.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humanis tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai pendekatan untuk membangun kenyamanan, kedekatan, dan keterbukaan dalam hubungan antara Satbrimob Polda Gorontalo dengan masyarakat.

3.1.2 Strategi Komunikasi Berbasis Media

Strategi komunikasi berbasis media dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi, publikasi kegiatan, edukasi, dokumentasi, dan keterbukaan aktivitas institusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dan Facebook digunakan Satbrimob Polda Gorontalo untuk menyampaikan berbagai aktivitas institusi kepada masyarakat. Pemanfaatan kedua platform tersebut bertujuan memperluas jangkauan informasi sehingga masyarakat dapat mengetahui kegiatan Satbrimob secara lebih mudah dan terbuka.

Pengelolaan publikasi dilakukan melalui proses yang terencana. Sebelum kegiatan dipublikasikan, personel Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PID) melakukan koordinasi untuk menentukan kegiatan yang akan dipublikasikan, pesan yang ingin disampaikan, media yang digunakan, serta bentuk penyajian informasi. Dokumentasi kegiatan kemudian disiapkan, disunting, dan dipublikasikan melalui media sosial resmi Satbrimob. Target publik meliputi masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, komunitas, serta pengguna media sosial yang mengikuti akun resmi Satbrimob.

Konten yang dipublikasikan mencakup kegiatan sosial, pelayanan, edukasi, kegiatan kemanusiaan, dan aktivitas institusi lainnya. Melalui publikasi tersebut, Satbrimob tidak hanya memperkenalkan institusi melalui tugas operasional, tetapi juga menunjukkan berbagai bentuk pelayanan dan pengabdian kepada masyarakat.

Hasil wawancara dengan masyarakat menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu sumber informasi mengenai kegiatan Satbrimob Polda Gorontalo. Informasi yang disampaikan melalui foto, video, dan narasi membantu masyarakat mengetahui aktivitas institusi tanpa harus hadir secara langsung. Namun, tanggapan dan masukan yang lebih substantif mengenai pelaksanaan kegiatan lebih banyak diperoleh melalui interaksi langsung antara personel dan masyarakat.

Evaluasi strategi berbasis media dilakukan dengan memperhatikan respons masyarakat terhadap konten, termasuk komentar, jumlah orang yang melihat dan membagikan publikasi, serta tanggapan

yang diperoleh melalui interaksi langsung. Respons tersebut menjadi salah satu bahan evaluasi untuk memperbaiki penyampaian informasi dan publikasi kegiatan berikutnya.

Dalam pelaksanaannya, strategi berbasis media masih menghadapi keterbatasan personel PID dan sarana pendukung dokumentasi, seperti kamera dan peralatan lainnya. Selain itu, perbedaan penggunaan platform media sosial menyebabkan informasi belum selalu menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata. Untuk memperluas jangkauan informasi, Satbrimob memanfaatkan Instagram dan Facebook serta melakukan koordinasi dan pembagian tugas di antara personel PID.

Dengan demikian, strategi komunikasi berbasis media terutama berfungsi sebagai sarana publikasi, penyebaran informasi, dan keterbukaan aktivitas institusi. Strategi ini menyediakan ruang bagi masyarakat untuk memberikan respons, tetapi berdasarkan hasil penelitian, feedback yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan kegiatan lebih banyak diperoleh melalui komunikasi langsung.

3.1.3 Strategi Komunikasi Berbasis Kegiatan Sosial

Strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial dan kemanusiaan yang melibatkan personel Satbrimob dan masyarakat secara langsung. Kegiatan tersebut meliputi bakti sosial, pemberian bantuan kepada masyarakat, pelayanan sosial, serta kegiatan lain yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara personel dan masyarakat. Kegiatan sosial tidak hanya diposisikan sebagai bentuk pelayanan atau pemberian bantuan, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan antara institusi dan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan sosial diawali dengan koordinasi untuk menentukan bentuk kegiatan, sasaran masyarakat, lokasi, waktu, pembagian tugas, dan kebutuhan pelaksanaan. Sasaran kegiatan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, kegiatan sosial dan kemanusiaan memberikan ruang bagi personel untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat sekaligus menunjukkan bentuk kepedulian dan kehadiran Satbrimob di tengah masyarakat.

Hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa strategi ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan, antara lain kegiatan kemanusiaan bagi masyarakat terdampak bencana, kerja bakti bersama masyarakat, Program Bus Sekolah Gratis, kegiatan pembelajaran keagamaan dan pembinaan masyarakat, serta pembagian bantuan sosial. Kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi institusi tidak hanya dilakukan melalui pesan verbal, tetapi juga melalui tindakan nyata yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Keterlibatan langsung dalam kegiatan sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkomunikasi dengan personel, menyampaikan kebutuhan, dan memberikan tanggapan terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Pengalaman tersebut membuat masyarakat tidak hanya memperoleh informasi mengenai kepedulian Satbrimob, tetapi juga mengalami secara langsung bentuk pelayanan dan kehadiran institusi.

Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan pelaksanaan kegiatan, respons masyarakat, serta kendala yang muncul selama kegiatan. Masukan masyarakat menjadi salah satu informasi yang diperhatikan dalam evaluasi dan menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan kegiatan berikutnya.

Pelaksanaan kegiatan sosial masih menghadapi beberapa hambatan, antara lain keterbatasan personel, penyesuaian waktu dengan tugas operasional, kondisi lapangan, dan luasnya wilayah sasaran. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan perlu disesuaikan dengan kondisi lapangan dan kemampuan sumber daya yang tersedia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial merupakan strategi yang paling dominan dalam membangun citra institusi Satbrimob Polda Gorontalo. Dominasi tersebut terlihat dari keterlibatan langsung personel dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan serta pengalaman yang diperoleh masyarakat melalui interaksi tersebut. Kehadiran personel secara langsung memberikan pengalaman nyata kepada masyarakat mengenai kepedulian dan peran sosial Satbrimob.

Kegiatan sosial memiliki kekuatan komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan strategi berbasis media. Jika media sosial memungkinkan masyarakat mengetahui kegiatan Satbrimob melalui informasi yang dipublikasikan, kegiatan sosial memungkinkan masyarakat mengalami secara langsung kehadiran dan pelayanan institusi. Oleh karena itu, strategi ini memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap terbentuknya kedekatan dan hubungan antara Satbrimob dengan masyarakat.

3.2 Pembahasan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pembangunan citra Satbrimob Polda Gorontalo berlangsung melalui komunikasi yang menggabungkan pendekatan interpersonal, komunikasi digital, dan keterlibatan langsung dalam kehidupan sosial masyarakat. Jika ditempatkan dalam kerangka Teori Dua Arah Simetris Grunig dan Hunt [9], pola tersebut menunjukkan bahwa hubungan institusi dengan masyarakat tidak semata-mata dibangun melalui penyampaian pesan, tetapi juga melalui proses menerima respons, membuka ruang interaksi, dan memahami kebutuhan masyarakat. Namun, tingkat penerapan prinsip komunikasi dua arah tersebut berbeda pada masing-masing strategi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi tidak hanya ditentukan oleh saluran yang digunakan, tetapi juga oleh sejauh mana komunikasi menghasilkan hubungan timbal balik antara institusi dan publik.

Pendekatan humanis menjadi bentuk komunikasi yang paling kuat dalam membangun dimensi relasional antara Satbrimob dan masyarakat. Komunikasi yang ramah, terbuka, persuasif, dan tidak kaku memungkinkan masyarakat memandang personel bukan hanya sebagai aparat yang menjalankan fungsi keamanan, tetapi sebagai pihak yang dapat diajak berinteraksi. Dalam perspektif Teori Dua Arah Simetris, kondisi tersebut penting karena komunikasi tidak berhenti pada upaya menyampaikan pesan institusi, melainkan memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan tanggapan dan pengalaman mereka. Dengan demikian, pendekatan humanis berfungsi sebagai mekanisme untuk mengurangi jarak sosial dan menciptakan kondisi yang memungkinkan terbentuknya *mutual understanding*.

Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian Pranata dan Ayuh [7], yang menunjukkan bahwa komunikasi berbasis humanis dan empati dapat memperkuat citra positif serta kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Kesamaan tersebut terletak pada pentingnya kedekatan dan komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan positif dengan publik. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pendekatan humanis pada Satbrimob Polda Gorontalo tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari rangkaian strategi komunikasi yang terhubung dengan media dan kegiatan sosial. Hal ini penting karena citra institusi tidak hanya terbentuk dari sikap personel dalam berinteraksi, tetapi juga dari konsistensi pengalaman masyarakat ketika berhadapan dengan institusi melalui berbagai saluran komunikasi. Temuan ini juga sejalan dengan Yanti [13], yang menunjukkan pentingnya komunikasi langsung dan pola komunikasi dua arah dalam membangun citra positif kepolisian.

Berbeda dengan komunikasi humanis yang mengandalkan kedekatan interpersonal, strategi berbasis media memiliki kekuatan pada perluasan jangkauan komunikasi. Pemanfaatan Instagram dan Facebook memungkinkan Satbrimob menyampaikan aktivitas pelayanan, edukasi, sosial, dan kemanusiaan kepada masyarakat yang tidak selalu berinteraksi langsung dengan personel. Dalam konteks pembangunan citra, fungsi penting media sosial bukan sekadar meningkatkan visibilitas institusi, tetapi memperluas representasi mengenai peran Satbrimob. Masyarakat dapat memperoleh gambaran bahwa institusi tidak hanya menjalankan fungsi operasional, tetapi juga memiliki aktivitas pelayanan dan kepedulian sosial. Dengan demikian, media berperan dalam membentuk pengetahuan yang menjadi salah satu dasar munculnya persepsi masyarakat terhadap institusi.

Temuan tersebut sejalan dengan Saverin *et al.* [8] dan Junior dan Lucky [14] yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana strategis bagi institusi kepolisian dalam menyampaikan

informasi dan membangun citra. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi media sosial pada Satbrimob Polda Gorontalo terutama berada pada aspek keterbukaan informasi dan perluasan akses komunikasi. Masyarakat memang memiliki kesempatan memberikan respons melalui media sosial, tetapi feedback yang lebih substantif mengenai kebutuhan dan pelaksanaan kegiatan lebih banyak diperoleh melalui interaksi langsung. Dengan demikian, media sosial dalam penelitian ini belum sepenuhnya menunjukkan karakter komunikasi dua arah simetris pada tingkat perubahan organisasi. Temuan tersebut penting karena memperlihatkan bahwa keberadaan fitur interaksi digital tidak dengan sendirinya menunjukkan tercapainya komunikasi simetris; yang lebih menentukan adalah bagaimana feedback publik digunakan dalam proses pengambilan keputusan atau penyesuaian strategi.

Pada titik ini, strategi berbasis media memiliki karakter yang berbeda dengan strategi kegiatan sosial. Kegiatan sosial memungkinkan komunikasi berlangsung dalam situasi yang lebih langsung sehingga pertukaran informasi antara institusi dan masyarakat tidak hanya berbentuk respons terhadap pesan, tetapi juga berlangsung melalui pengalaman dan kebutuhan yang muncul selama kegiatan. Interaksi semacam ini memperkuat posisi masyarakat sebagai pihak yang tidak hanya menerima manfaat, tetapi juga menyampaikan kondisi dan kebutuhan mereka. Dalam kerangka Teori Dua Arah Simetris, kondisi tersebut lebih dekat dengan prinsip komunikasi timbal balik karena institusi memperoleh informasi dari masyarakat melalui pengalaman langsung dan dapat menggunakan informasi tersebut dalam proses evaluasi kegiatan.

Temuan mengenai kegiatan sosial memperkuat penelitian Hafizh dan Suhaibah [15], serta Sanusi dan Vanel [16], yang menunjukkan bahwa kegiatan sosial dan aktivitas yang melibatkan masyarakat dapat memperkuat hubungan serta citra positif institusi kepolisian. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kehadiran institusi dalam kehidupan sosial masyarakat memiliki nilai komunikasi yang kuat. Namun, penelitian ini memberikan penekanan yang lebih spesifik bahwa kegiatan sosial pada Satbrimob Polda Gorontalo bukan hanya merupakan bentuk pelayanan, melainkan juga ruang komunikasi interpersonal yang memungkinkan terbentuknya hubungan timbal balik. Dengan demikian, nilai komunikatif kegiatan sosial terletak bukan hanya pada bantuan atau pelayanan yang diberikan, tetapi pada pengalaman interaksi yang menyertai kegiatan tersebut.

Dominannya strategi kegiatan sosial dapat dijelaskan melalui karakter pengalaman yang dihasilkan. Citra institusi terbentuk melalui informasi sekaligus pengalaman masyarakat terhadap institusi. Media sosial terutama memberikan pengalaman informasional, sedangkan komunikasi humanis memberikan pengalaman interpersonal. Kegiatan sosial menggabungkan keduanya melalui pengalaman langsung: masyarakat melihat kehadiran institusi, berinteraksi dengan personel, dan merasakan manfaat kegiatan secara bersamaan. Oleh sebab itu, dominasi kegiatan sosial dalam penelitian ini tidak semata-mata menunjukkan bahwa kegiatan tersebut lebih banyak dilakukan, tetapi menunjukkan bahwa pengalaman langsung memiliki daya pembentuk citra yang lebih kuat dibandingkan komunikasi yang hanya diterima melalui informasi.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang umumnya menempatkan pendekatan humanis, media sosial, atau kegiatan sosial sebagai strategi tertentu, penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga pendekatan tersebut bekerja secara komplementer dalam konteks Satbrimob Polda Gorontalo. Pranata dan Ayuh [7] menekankan kekuatan komunikasi humanis, Yanti [13] menunjukkan pentingnya pola komunikasi dan media digital, sedangkan Hafizh dan Suhaibah [15] serta Sanusi dan Vanel [16] memperlihatkan kontribusi kegiatan sosial terhadap hubungan dan citra institusi. Penelitian ini mengintegrasikan ketiga temuan tersebut dalam satu konteks institusi, yaitu Satbrimob Polda Gorontalo, sehingga memperlihatkan bahwa pembangunan citra berlangsung melalui kombinasi kedekatan interpersonal, keterbukaan informasi, dan pengalaman langsung masyarakat.

Dari perspektif Teori Dua Arah Simetris, penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo belum dapat dipahami secara seragam sebagai komunikasi dua arah simetris pada seluruh strategi. Pada strategi humanis, prinsip dialog, keterbukaan, dan pertukaran

respons tampak melalui interaksi langsung. Pada strategi media, komunikasi dua arah terlihat melalui tersedianya ruang respons, tetapi pemanfaatan feedback untuk menghasilkan penyesuaian organisasi masih terbatas. Sementara itu, pada kegiatan sosial, komunikasi timbal balik terlihat lebih kuat karena masyarakat dapat menyampaikan kebutuhan dan tanggapan secara langsung dan informasi tersebut menjadi bagian dari evaluasi kegiatan. Dengan demikian, teori dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk mengonfirmasi keberadaan komunikasi dua arah, tetapi juga membantu menunjukkan perbedaan kedalaman penerapannya pada masing-masing strategi.

Perbedaan tersebut memberikan implikasi penting terhadap pemahaman mengenai pembentukan citra institusi. Citra yang terbuka terbentuk ketika masyarakat memperoleh akses informasi dan ruang untuk menyampaikan tanggapan. Citra yang komunikatif berkembang melalui interaksi yang memungkinkan pertukaran informasi. Citra yang humanis terbentuk melalui pengalaman komunikasi yang ramah dan menghargai masyarakat. Sementara itu, orientasi pelayanan menjadi lebih kuat ketika masyarakat mengalami secara langsung kehadiran institusi melalui kegiatan sosial. Keempat karakter tersebut pada akhirnya tidak terbentuk melalui satu pesan atau satu media, tetapi melalui akumulasi pengalaman masyarakat dalam berhubungan dengan Satbrimob. Hal ini konsisten dengan kesimpulan skripsi bahwa citra Satbrimob terbentuk melalui keterpaduan ketiga strategi dengan kegiatan sosial sebagai strategi yang paling dominan.

Dengan demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa kekuatan strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo terletak pada keterpaduan antara komunikasi interpersonal, komunikasi digital, dan komunikasi berbasis pengalaman sosial. Strategi humanis memperkuat hubungan, media memperluas akses terhadap informasi, sedangkan kegiatan sosial mengubah komunikasi menjadi pengalaman langsung yang dirasakan masyarakat. Dalam konteks Teori Dua Arah Simetris, ketiga strategi tersebut menunjukkan adanya proses komunikasi timbal balik dengan tingkat penerapan yang berbeda. Karena itu, kontribusi utama penelitian ini bukan sekadar menemukan tiga strategi komunikasi, tetapi menunjukkan bahwa pembangunan citra institusi menjadi lebih kuat ketika komunikasi tidak berhenti pada penyampaian pesan, melainkan berkembang menjadi hubungan dan pengalaman yang melibatkan masyarakat secara langsung.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Satbrimob Polda Gorontalo menerapkan tiga strategi komunikasi dalam membangun citra institusi, yaitu strategi komunikasi humanis, strategi komunikasi berbasis media, dan strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial. Strategi komunikasi humanis dilakukan melalui interaksi yang ramah, terbuka, persuasif, dan komunikatif untuk membangun kedekatan serta kenyamanan masyarakat dalam berinteraksi dengan personel. Strategi komunikasi berbasis media dilakukan melalui pemanfaatan Instagram dan Facebook untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, pelayanan, edukasi, sosial, dan kemanusiaan sekaligus memperluas jangkauan komunikasi institusi. Sementara itu, strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial dan kemanusiaan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Ketiga strategi tersebut saling melengkapi dalam membangun citra institusi, tetapi strategi komunikasi berbasis kegiatan sosial menjadi strategi yang paling dominan karena memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat mengenai kepedulian, pelayanan, dan kehadiran Satbrimob Polda Gorontalo. Dalam perspektif Teori Dua Arah Simetris, ketiga strategi menunjukkan karakteristik komunikasi dua arah, umpan balik, dialog, keterbukaan, dan *mutual understanding* dengan tingkat penerapan yang berbeda, khusus pada strategi berbasis media, feedback masyarakat belum menunjukkan secara konkret adanya perubahan atau penyesuaian organisasi berdasarkan masukan tersebut. Dengan demikian, strategi komunikasi Satbrimob Polda Gorontalo dalam membangun citra institusi tidak hanya berlangsung melalui penyampaian informasi, tetapi juga

melalui pembentukan hubungan dan pengalaman komunikasi yang melibatkan masyarakat secara langsung.

Penelitian ini menyarankan agar Satbrimob Polda Gorontalo terus mengoptimalkan ketiga strategi komunikasi secara terpadu dengan mempertahankan pendekatan humanis, memperkuat pengelolaan media sosial, serta meningkatkan pelaksanaan kegiatan sosial dan kemanusiaan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, komunikasi dua arah perlu terus diperkuat dengan memanfaatkan umpan balik masyarakat sebagai bahan evaluasi dan penyesuaian strategi komunikasi, sehingga citra institusi yang positif dapat dipertahankan dan hubungan antara Satbrimob Polda Gorontalo dengan masyarakat dapat semakin kuat.

REFERENSI

- [1] W. Sunaryo, B. Rubini, and U. Al Faruk, "The role of social media, service quality and public relation on organization image," *Int. J. Data Netw. Sci.*, vol. 7, no. 1, pp. 405–410, 2023.
- [2] Indikator Politik Indonesia, "Survei Nasional: Kepercayaan Publik Terhadap Lembaga-Lembaga Penegak Hukum dan Agenda Pemberantasan Korupsi." [Online]. Available: <https://indikator.co.id/wp-content/uploads/2022/06/Materi-Rilis-08-Juni-2022.pdf>
- [3] Indikator Politik Indonesia, "Survei Nasional: Evaluasi Publik atas Kinerja Kepolisian, Keamanan dan Masalah Sosial Kemasyarakatan." [Online]. Available: <https://indikator.co.id/wp-content/uploads/2023/11/RILIS-INDIKATOR-06-NOVEMBER-2023.pdf>
- [4] Indikator Politik Indonesia, "Survei Nasional: Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Lembaga Penegak Hukum dan Politik." Accessed: Nov. 27, 2025. [Online]. Available: <https://indikator.co.id/wp-content/uploads/2024/01/RILIS-INDIKATOR-23-JANUARI-2024.pdf>
- [5] Indikator Politik Indonesia, "Tingkat Kepercayaan Publik atas Kinerja Lembaga-Lembaga Negara dan Pemberantasan Korupsi: Temuan Survei Nasional 17--20 Mei 2025," May 2025, *Jakarta*. Accessed: Aug. 01, 2026. [Online]. Available: <https://indikator.co.id/rilis-indikator-27-mei-2025/>
- [6] Tribrata News, "Kapolda Gorontalo Gandeng UNG untuk Melakukan Survey Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terhadap Kinerja Polda dan Polres Jajaran," 2022, *Tribrata News Polda Gorontalo*. [Online]. Available: <https://tribratanews.gorontalo.polri.go.id/57870/kapolda-gorontalo-gandeng-ung-untuk-melakukan-survey-indeks-kepuasan-masyarakat-ikm-terhadap-kinerja-polda-dan-polres-jajaran/>
- [7] P. H. Pranata and E. T. Ayuh, "Komunikasi Publik Humas Polda Bengkulu: Strategi Menuju Citra Institusi yang Humanis," *Catha J. Creat. Innov. Res.*, vol. 2, no. 3, pp. 3046–8760, 2025.
- [8] M. F. Saverin, M. K. Retu, and V. A. Sedu, "HUMAS POLRES SIKKA DALAM MENGOUNTER BERITA NEGATIF," *RELASI J. Penelit. Komun.*, vol. 5, no. 03, pp. 17–22, 2025, doi: <https://doi.org/10.69957/relasi.v5i03.1819>.
- [9] J. Grunig and T. Hunt, "Managing public relations," 1984.
- [10] J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications, 2016.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- [12] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018.
- [13] I. G. & R. E. Yanti, "Pola Komunikasi Polrestabes Medan untuk Membangun Citra Positif di Kalangan Masyarakat," *J. Simbolika Res. Learn. Commun. Study*, vol. 9, no. 1, 2023, doi: 10.31289/symbolika.v9i1.9406.
- [14] I. Junior and M. Lucky, "Strategi Humas Polda Jatim dalam Menjaga Citra Positif Polisi melalui Akun Instagram @HumasPoldaJatim," Universitas Bhayangkara Surabaya, Surabaya, Indonesia, 2025.
- [15] M. Hafizh and S. Suhaibah, "Peran Humas Polres Pidie dalam Membangun Citra Positif Lembaga Kepolisian sebagai Penegak Hukum di Mata Masyarakat," *Meusapat J. Ilmu Huk.*, vol. 1, no. 1, 2022,
- [16] M. Sanusi and Z. Vanel, "Strategi Komunikasi Polres Salatiga Untuk Membangun Kepercayaan Masyarakat," *J. Komun. Nusant.*, vol. 7, no. 1, pp. 38–53, 2025.