

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BIRO SDM POLDA BANTEN  
DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA  
PERCEPATAN REFORMASI POLRI TAHUN 2026**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Magister (S2) Ilmu Komunikasi**



**RADEN FEMMY DIAJENG KENCANA  
NIM 241023017**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**TAHUN 2026**

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BIRO SDM POLDA BANTEN  
DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA  
PERCEPATAN REFORMASI POLRI TAHUN 2026**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Magister (S2) Ilmu Komunikasi**



**RADEN FEMMY DIAJENG KENCANA  
NIM 241023017**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**TAHUN 2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

JUDUL TESIS:

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BIRO SDM POLDA BANTEN  
DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA PERCEPATAN  
REFORMASI POLRI TAHUN 2026**

Nama : Raden Femmy Diajeng Kencana

NIM : 241023017

Tanda Tangan :



Tanggal : 31 AGUSTUS 2026

## HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

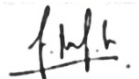
Nama : Raden Femmy Diajeng Kencana  
NIM : 241023017  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial  
Judul Tesis : **STRATEGI MEDIA RELATIONS BIRO SDM  
POLDA BANTEN DALAM MEMBANGUN  
KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA PERCEPATAN  
REFORMASI POLRI TAHUN 2026**

Telah berhasil menyelesaikan revisi kelengkapan tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam kelengkapan tahap kelulusan yudisium pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial. Di mana tahap kelulusan yudisium ini merupakan syarat agar dapat melakukan pendaftaran Wisuda Universitas Bakrie Tahun 2026

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochamad Kresna Noer, S.Sos , M.Si (  )

Penguji 1 : Dr. Siti Komsiah, S.IP, M.Si (  )

Penguji 2 : Dr. rer. pol. Aditya Batara G, S.Sos, M. Litt (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 14 September 2026

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Hong Wilaheng Sekaring Bawono, Salam Rahayu, Puji syukur penulis panjatkan kepada Hyang Taya Gusti Allah, karena atas berkat dan rahmat- Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini; Juga kepada Bu Eli, Pak Aryo, Bu Prima, Ibu Ikom .
2. Biro SDM Polda Banten beserta seluruh jajarannya yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan untuk penelitian tesis ini
3. Suamiku tersayang, Kopol. Rahmat Sampurno SIK, MH, Orang tua, Mbak Mella, Babam, keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
4. Para sahabat , rekan Batch 6 Bakrie dan rekan rekan tim perhotelan saya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penelitian tesis ini Chintya, Ayu, Mbak Mita, Irma, Lia, Farah, Mbak Las, Mbak Amah, Mamah Usep, Tommy , Alamsyah, Devi dan Mas Aditya Wirakusuma

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Banten, 5 September 2026



Raden Femi Diajeng Kencana  
Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Femi Diajeng Kencana  
NIM : 241023017  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI MEDIA RELATIONS BIRO SDM POLDA BANTEN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA PERCEPATAN REFORMASI POLRI TAHUN 2026**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banten

Pada tanggal : 14 September 2026

Yang menyatakan



Raden Femi Diajeng Kencana

**Strategi *Media Relations* Biro SDM Polda Banten  
dalam Membangun Kepercayaan Publik  
di Era Percepatan Reformasi Polri Tahun 2026**

Raden Femi Diajeng Kencana

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Media Relations* Biro Sumber Daya Manusia (SDM) Kepolisian Daerah Banten dalam membangun kepercayaan publik pada era percepatan Reformasi Polri tahun 2026 serta mengidentifikasi alasan strategis di balik penerapannya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi yang melibatkan unsur Biro SDM Polda Banten, staf Humas, jurnalis media lokal, serta peserta seleksi anggota Polri. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi dengan menerapkan triangulasi sumber serta metode. Analisis penelitian menggunakan perspektif *Excellence Theory* dan konsep kepercayaan publik yang meliputi dimensi *Ability*, *Integrity*, dan *Benevolence*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Media Relations* Biro SDM Polda Banten dilaksanakan melalui perencanaan internal yang bersifat hierarkis-partisipatif, implementasi komunikasi melalui lima aktivitas utama—*media communication*, *information management*, *press relations*, *digital media strategy*, dan *crisis media handling*—serta evaluasi berkala. Strategi tersebut diwujudkan melalui siaran pers, konferensi pers, kunjungan media, grup komunikasi dengan jurnalis, pemanfaatan Instagram, Facebook, X, situs web resmi, portal rekrutmen, serta *live streaming* proses seleksi. Strategi ini berkontribusi positif terhadap transparansi prosedural, persepsi kompetensi pelayanan, dan integritas proses rekrutmen. Namun, penerapannya belum sepenuhnya memenuhi prinsip komunikasi dua arah yang simetris. Masih ditemukan keterlambatan respons terhadap isu sensitif, interaksi media sosial yang belum optimal, keterbukaan substantif yang terbatas, serta evaluasi yang belum didukung sistem data terstandardisasi. Dengan demikian, strategi *Media Relations* Biro SDM Polda Banten dapat dikategorikan sebagai strategi transisional yang telah bergerak menuju komunikasi publik yang terbuka dan digital, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek responsivitas, dialog, akuntabilitas, dan kepedulian substantif terhadap keluhan masyarakat.

**Kata kunci:** *Media Relations*, kepercayaan publik, Biro SDM Polda Banten, Reformasi Polri, *Excellence Theory*, komunikasi publik, transparansi.

## Media Relations Strategy of the Human Resources Bureau of the Banten Regional Police in Building Public Trust in the Era of Accelerated Police Reform in 2026

Raden Femi Diajeng Kencana

---

### ABSTRACT

This study examines the Media Relations strategy adopted by the Human Resources Bureau of the Banten Regional Police to strengthen public trust amid the accelerated implementation of Police Reform in 2026. It also explores the strategic considerations that influenced the adoption of the strategy. A qualitative research design was employed through a case study approach. Data were obtained from observations, in-depth interviews, and document reviews involving officials and personnel of the Human Resources Bureau of the Banten Regional Police, public relations officers, local journalists, and participants in the police recruitment process. The collected data were analyzed through the stages of data reduction, data presentation, conclusion formulation, and verification, with source and methodological triangulation applied to enhance the credibility of the findings. The analysis drew upon Excellence Theory and the public trust framework encompassing the dimensions of Ability, Integrity, and Benevolence.

The findings indicate that the *Media Relations* strategy of the Human Resources Bureau of the Banten Regional Police is implemented through hierarchical-participatory internal planning, five major communication activities—*media communication*, *information management*, *press relations*, *digital media strategy*, and *crisis media handling*—and periodic evaluation. The strategy is carried out through press releases, press conferences, media visits, communication groups with journalists, the use of Instagram, Facebook, and X, official websites, recruitment portals, and live-streamed selection processes. These practices contribute positively to procedural transparency, perceptions of service competence, and the integrity of the recruitment process. Nevertheless, the implementation has not fully achieved the principle of symmetrical two-way communication. Delayed responses to sensitive issues, limited interaction on social media, restricted substantive openness, and the absence of a standardized data-based evaluation system remain significant challenges. Therefore, the *Media Relations* strategy can be characterized as a transitional strategy that has shifted toward more open and digitally oriented public communication, but still requires substantial improvement in responsiveness, dialogue, accountability, and substantive concern for public complaints.

**Keywords:** *Media Relations*, public trust, Human Resources Bureau, Banten Regional Police, Police Reform, *Excellence Theory*, public communication, transparency.

## DAFTAR ISI

|                                                        |      |
|--------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                    | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                  | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                               | iii  |
| DEWAN PENGUJI .....                                    | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                               | iv   |
| DEWAN PENGUJI .....                                    | iv   |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH .....                            | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....         | vii  |
| ABSTRAK .....                                          | viii |
| ABSTRACT .....                                         | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                       | x    |
| DAFTAR GAMBAR.....                                     | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                                     | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                | 1    |
| 1.1 LATAR BELAKANG.....                                | 1    |
| 1.2 RUMUSAN MASALAH.....                               | 7    |
| 1.3 TUJUAN PENELITIAN .....                            | 8    |
| 1.4 MANFAAT PENELITIAN .....                           | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                          | 10   |
| 2.1 DEFINISI KONSEP .....                              | 10   |
| 2.1.2 <i>MEDIA RELATIONS</i> .....                     | 11   |
| 2.1.3 <i>STRATEGI MEDIA RELATIONS</i> .....            | 12   |
| 2.1.4 <i>TEORI MEDIA RELATIONS</i> .....               | 13   |
| 2.1.5 <i>EXCELLENCE THEORY</i> .....                   | 14   |
| 2.1.6 <i>TRANSPARANSI PUBLIK</i> .....                 | 16   |
| 2.1.7 <i>KEPERCAYAAN PUBLIK (PUBLIK TRUST)</i> .....   | 17   |
| 2.2 PENELITIAN SEBELUMNYA DAN PERNYATAAN KEBARUAN..... | 21   |
| 2.3. KERANGKA PEMIKIRAN .....                          | 25   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                        | 27   |
| 3.1 DESAIN DAN PENDEKATAN .....                        | 27   |
| 3.2 OBJEK PENELITIAN .....                             | 29   |
| 3.3 PENGUMPULAN DATA.....                              | 30   |

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| 3.4 ANALISIS DATA .....                | 33  |
| 3.5 TRIANGULASI DATA .....             | 33  |
| 3.6 OPERASIONALISASI KONSEP .....      | 34  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....       | 36  |
| 4.1 GAMBARAN KONTEKS PENELITIAN .....  | 36  |
| 1.4 PENYAJIAN DATA .....               | 37  |
| 4.3 PEMBAHASAN DAN HASIL DISKUSI ..... | 51  |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....         | 78  |
| 5.1 SIMPULAN.....                      | 78  |
| 5.2 KENDALA DAN KETERBATASAN .....     | 79  |
| 5.3 SARAN DAN IMPLIKASI.....           | 80  |
| DAFTAR PUSTAKA.....                    | 82  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                  | 89  |
| PANDUAN WAWANCARA MENDALAM.....        | 89  |
| TRANSKRIP WAWANCARA MENDALAM .....     | 93  |
| HASIL DOKUMENTASI .....                | 105 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1- Mitigasi Penurunan Kepercayaan Publik .....                 | 6   |
| Gambar 2 - Kerangka Pemikiran Penelitian .....                        | 25  |
| Gambar 3 - Struktur Organisasi Biro SDM .....                         | 36  |
| Gambar 4 - Wawancara dengan Biro SDM.....                             | 105 |
| Gambar 5 - Wawancara dengan Staf Humas .....                          | 105 |
| Gambar 6 - Wawancara dengan Wartawan .....                            | 106 |
| Gambar 7 - Wawancara dengan Peserta Seleksi Calon Anggota Polri ..... | 106 |
| Gambar 8 - Tampilan Instagram Biro SDM.....                           | 107 |
| Gambar 9 - Tampilan Konten Instagram 01 .....                         | 107 |
| Gambar 10 - Tampilan Konten Instagram 02.....                         | 108 |
| Gambar 11 - Tampilan Konten Instagram 03.....                         | 108 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1- Survei Kepercayaan Publik terhadap Polri dan Polda Banten ..... | 6  |
| Tabel 2- Aspek Kepercayaan Publik Terhadap Polda Banten.....             | 7  |
| Tabel 3- Indikator Dimensi <i>Ability</i> .....                          | 18 |
| Tabel 4- Indikator Dimensi <i>Integrity</i> .....                        | 19 |
| Tabel 5- Indikator Dimensi <i>Benevolence</i> .....                      | 20 |
| Tabel 6 - Penelitian Sebelumnya .....                                    | 22 |
| Tabel 7 - Informan Penelitian.....                                       | 32 |
| Tabel 8 - Operasionalisasi Konsep .....                                  | 35 |