

**STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM
MENJAGA CITRA POSITIF POLISI MELALUI AKUN
INSTAGRAM @HUMASPOLDAJATIM**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

I MADE LUCKY JUNIOR

NIM : 2113211077

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
TAHUN 2025**

**STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENJAGA CITRA POSITIF
POLISI MELALUI AKUN INSTAGRAM @HUMASPOLDAJATIM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Bhayangkara Surabaya
Untuk Menyusun Skripsi S-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

I MADE LUCKY JUNIOR

NIM : 2113211077

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENJAGA CITRA POSITIF POLISI MELALUI AKUN INSTAGRAM @HUMASPOLDAJATIM

Dajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

I MADE LUCKY JUNIOR

2113211077

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing I



Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos,
M.Si, CiQar

NIDN : 0706088003

Pembimbing II



Ariyan Alfrata, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN : 0714108805

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.

NIDN : 0706077106

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENJAGA CITRA POSITIF POLISI
MELALUI AKUN INSTAGRAM @HUMASPOLDAJATIM**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya**

Disusun oleh :

I MADE LUCKY JUNIOR
2113211077

Tanggal Ujian : 20 Januari 2025

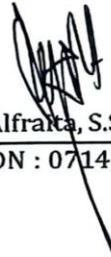
Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I


Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos,
M.Si, CiQar
NIDN : 0706088003

Pembimbing II


Ariyan Alfrata, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN : 0714108805

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I


Dr. Fitria Widiyani Roosinda,
S.Sos, M.Si, CiQar
NIDN : 0706088003

Penguji II


Tira Fitriawardhani, S.Sos., M.Si.
NIDN : 0722068501

Penguji III


Delmarrich Bilga Ayu Permatasa,
S.Hum., M.Hum.
NIDN : 0708039302


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dr. Tri Prasenjowati, M.Si.
NIDN : 0727076701

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.
NIDN : 0706077106

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **I MADE LUCKY JUNIOR**
Tempat, Tanggal Lahir : **Kediri, 15 Pebruari 2001**
NIM : **2113211077**
Fakultas / Program Studi : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi**

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENJAGA CITRA POSITIF POLISI MELALUI AKUN INSTAGRAM @HUMASPOLDAJATIM**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya, 20 Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan



I MADE LUCKY JUNIOR

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajetim.**" Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan banyak kemudahan serta anugerah atas hidup penulis.
2. Bapak Irjen Pol (P) Drs. Anton Setiadji, SH. MH. Selaku rektor Universitas Bhayangkara Surabaya yang saya hormati.
3. Ibu Dra. Tri Prasetijowati., M.Si. Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
4. Bapak Julyanto Ekantoro S.E., S.S.,M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
5. Ibu Dr. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si,CiQar. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Ariyan Alfraita, S.Sos, M.I.Kom.Selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini

7. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materil sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Teman-teman penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan, serta masukan selama proses menyelesaikan penelitian ini.
9. Terimakasih Bripda Elvaretta selaku Pengelola dan Tim Humas Polda Jatim yang bersedia meluangkan waktunya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan baik dari segi ruang lingkup maupun metode yang digunakan. Oleh karena itu, kami sangat terbuka terhadap kritik dan saran dari para pembaca untuk pengembangan penelitian ini di masa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Humas Polda Jatim memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dalam menjaga citra positif kepolisian di mata masyarakat. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi publik di institusi kepolisian dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai peran media sosial dalam membangun citra positif lembaga pemerintah.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa mendatang.

Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajetim

I Made Lucky Junior

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : imadeluckyjunior@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga citra positif kepolisian melalui akun Instagram @humaspoldajetim. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana Humas Polda Jatim memanfaatkan media sosial untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi baik di kalangan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang melibatkan observasi dan wawancara dengan narasumber terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda Jatim secara aktif mengunggah konten positif yang menampilkan prestasi polisi dan kegiatan sosial, serta melakukan klarifikasi terhadap berita negatif. Pembahasan menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat melalui kampanye PR dan kegiatan CSR, yang berkontribusi dalam membangun hubungan yang lebih baik antara polisi dan publik. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti tindakan oknum polisi dan penyebaran berita hoax, Humas Polda Jatim tetap berkomitmen untuk memperbaiki citra positif melalui transparansi dan akuntabilitas. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang efektif di media sosial sangat penting dalam menjaga citra positif Polri. Oleh karena itu, disarankan agar Humas Polda Jatim terus mengembangkan konten yang menarik dan relevan serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat untuk memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Dengan pendekatan yang menyeluruh, Polri dapat meningkatkan citranya di mata masyarakat dan berfungsi sebagai mitra yang dapat diandalkan dalam pembangunan sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi publik di institusi kepolisian, serta membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai peran media sosial dalam membangun citra positif lembaga pemerintah.

Kata Kunci: Humas Polda Jatim, Citra Positif, Instagram

**East Java Regional Police's Public Relations Strategy in Maintaining a
Positive Image of the Police Through the Instagram Account
@humaspoldajatim**

I Made Lucky Junior

Department of Communication Sciences, Faculty of Social and Political Sciences,

Bhayangkara University Surabaya

Email : imadeluckyjunior@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the strategies employed by the Public Relations (Humas) of Polda Jatim in maintaining a positive image of the police through the Instagram account @humaspoldajatim. The problem statement raised is how Humas Polda Jatim utilizes social media to create and develop a favorable perception among the public. The research method used is descriptive qualitative, involving observations and interviews with relevant informants. The findings indicate that Humas Polda Jatim actively uploads positive content showcasing police achievements and social activities while also clarifying negative news. The discussion emphasizes the importance of community involvement through PR campaigns and CSR activities, which contribute to building better relationships between the police and the public. Despite facing challenges such as misconduct by individual police officers and the spread of hoaxes, Humas Polda Jatim remains committed to improving its positive image through transparency and accountability. The conclusion of this study underscores that effective communication strategies on social media are crucial for maintaining a positive image of the police. Therefore, it is recommended that Humas Polda Jatim continues to develop engaging and relevant content while enhancing interaction with the community to strengthen public trust in the police institution. With a comprehensive approach, the police can enhance their image in the eyes of society and serve as a reliable partner in social development. This study contributes to the development of public communication strategies within police institutions and opens avenues for further research on the role of social media in building a positive image of government agencies.

Keywords: *East Java Regional Police Public Relations, Positive Image, Instagram*

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Definisi Konsep	10
1.5.1 Strategi.....	10
1.5.2 Citra	10
1.5.3 Humas (Hubungan Masyarakat).....	11
1.5.4 Polisi	11
1.5.5 Media Sosial Instagram	12
1.6 Metode Penelitian.....	12
1.6.1 Jenis Penelitian	12
1.6.2 Fokus Penelitian	14
1.6.3 Lokasi Penelitian	14
1.6.4 Objek Penelitian	14
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	15
1.6.6 Teknik Analisis Data.....	16

BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	26
2.3 Landasan Teori	27
2.3.1 Strategi.....	27
2.3.2 Humas.....	29
2.3.2.1 Pengertian Humas	29
2.3.2.2 Fungsi Humas.....	29
2.3.2.3 Peran Humas	31
2.3.4 Citra.....	32
2.3.4.1 Pengertian Citra.....	32
2.3.4.2 Jenis-Jenis Citra	32
2.3.4.3 Peran Citra.....	34
2.3.4.4 Manajemen Citra.....	35
2.3.5 Polisi.....	38
2.3.5.1 Pengertian Polisi.....	38
2.3.5.2 Fungsi Polisi.....	39
2.3.5.3 Tugas Polisi	40
2.3.6 Instagram	41
2.3.6.1 Pengertian Instagram.....	41
2.3.6.2 Fitur-fitur Instagram.....	42
BAB III	46
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	46
3.1 Gambaran Umum Humas Polda Jatim	46
3.2 Sejarah Humas Polda Jatim	49
3.3 Struktur Humas Polda Jatim	50
3.4 Arti Logo	52
3.5 Tugas dan Fungsi.....	55
3.6 VISI MISI.....	62
3.6.1 VISI	62
3.6.2 MISI.....	62

BAB IV	65
PEMBAHASAN.....	65
4.1 Strategi Humas Polda Jatim Menciptakan Citra Positif	65
4.1.1 Efektivitas Konten Media Sosial	65
4.1.2 Kampanye PR dengan Melibatkan Masyarakat.....	68
4.2 Strategi Humas Polda Jatim Menjaga Citra Positif	70
4.2.1 Pengembangan Kapasitas Personel Kehumasan.....	70
4.2.2 Evaluasi Efektivitas Strategi Kehumasan.....	71
4.2.3 Rencana Jangka Panjang untuk Memperkuat Citra Positif.....	74
4.2.4 Kendala dalam Menjaga Citra Positif.....	75
4.3 Strategi Humas Polda Jatim Memperbaiki Citra	77
4.3.1 Upaya Merespons Isu atau Berita Negatif.....	77
4.3.2 Transparansi dan Akuntabilitas dalam Penindakan	79
4.3.3 Strategi Komunikasi Humas dalam Merespons Berita Negatif.....	80
4.3.4 Pelibatan Masyarakat dalam Pemulihan Citra.....	83
4.3.5 Rencana Jangka Panjang untuk Memperbaiki Citra Polri	84
BAB V	86
PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN I	93
LAMPIRAN II.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Polisi Pukuli Seorang Polisi di Jombang	3
Gambar 1. 2 Polrestabes Surabaya Polda Jatim mengungkap tindak pidana penipuan daring atau online scamming.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 2. 2 Model Teoritis Manajemen Citra Organisasi	37
Gambar 3. 1 Tampilan Beranda Instagram Humas Polda Jatim	48
Gambar 3. 2 Konten Pertama Humas Polda Jatim.....	50
Gambar 3. 3 Struktur Humas Polda Jatim.....	52
Gambar 3. 4 Logo Humas Polri	55
Gambar 4. 1 Himbauan tentang Operasi Lilin Semeru	67
Gambar 4. 2 Kegiatan ANEV (Analisis dan Evaluasi)	73
Gambar 4. 3 Kegiatan DOORSTOP Kabidhumas Polda Jatim.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Membahas masalah Humas tidak memiliki batasan ruang lingkup, karena kebutuhan akan Humas tidak hanya terdapat pada pemerintahan daerah, perusahaan negara, atau perusahaan swasta, tetapi juga di bidang militer dan kepolisian (Oktafan, 2022). Hal ini sesuai dengan yang dikatakan dengan Oktafan Bahwa di lembaga kepolisian Republik Indonesia, bidang Humas sering disebut sebagai Kepala Bidang Humas Polri. Di bawahnya, ada Polisi Daerah (Polda) yang menyebut bidang Humasnya sebagai Kabid Humas Polda, dan seterusnya.

Sudah lama terdapat persepsi di masyarakat, terutama di lingkungan sekitar tempat tinggal penulis, bahwa aparat kepolisian sering kali menyalahgunakan wewenang, terlibat dalam korupsi, serta memberikan pelayanan yang buruk dan bersikap diskriminatif (Rusli, 2023). Kepolisian adalah salah satu institusi pemerintah yang paling sering menjadi sorotan masyarakat, sehingga banyak prestasi yang diraih oleh Korps Kepolisian dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas) sering kali terabaikan oleh berbagai isu atau rumor negatif yang beredar mengenai penyimpangan yang dilakukan oleh aparat kepolisian. Akibatnya, citra kepolisian di mata publik menjadi sangat buruk, seolah-olah tidak ada aspek positif yang dapat ditemukan mengenai institusi ini. Hal ini menunjukkan

adanya kesenjangan antara prestasi yang telah dicapai dan persepsi masyarakat yang dipengaruhi oleh berita negatif. Untuk itu, perlu upaya lebih lanjut dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian dengan cara (Chairunnisa, 2023).

urunya citra kepolisian di mata masyarakat dapat diatribusikan pada beberapa faktor, termasuk pandangan bahwa polisi berfungsi sebagai alat pemerintah dengan kekuatan politik, serta kurangnya contoh kepemimpinan yang transparan, bersih, dan tegas dalam penegakan hukum (Faisal, 2023). Menurut Faisal bahwa salah satu aktivitas yang sering menimbulkan keresahan di kalangan masyarakat adalah razia kendaraan yang dilakukan secara ilegal. Dalam banyak kasus, aparat kepolisian bertindak sewenang-wenang dengan menghentikan dan menilang warga tanpa alasan yang jelas. Meski demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa polisi juga telah berhasil menangani berbagai kasus kriminal seperti pencurian, pembunuhan, dan penyalahgunaan narkoba, yang menunjukkan sisi positif dari institusi ini. Namun, persepsi negatif terhadap polisi tetap ada, terutama akibat tindakan oknum yang menyalahgunakan wewenang. Kasus-kasus besar seperti penyalahgunaan wewenang oleh anggota kepolisian dan tindak kekerasan lainnya telah menciptakan stigma buruk terhadap institusi ini.



Gambar 1. 1 Polisi Pukuli Seorang Polisi di Jombang

Sumber: detik.com

Sebuah video yang menjadi viral menunjukkan seorang polisi bernama Aipda AW memukul sopir truk di Jombang saat berusaha menyita kunci kendaraan. Insiden ini terjadi ketika polisi menindak kendaraan yang *over dimension/over loading* (ODOL) setelah menerima banyak keluhan tentang kerusakan jalan. Kapolres Jombang, AKBP Moh Nurhidayat, menjelaskan bahwa pemukulan terjadi karena sopir tidak menghentikan kendaraannya saat diminta, sehingga mengakibatkan luka lebam pada wajah sopir, CA (23).

Meskipun kasus ini berakhir dengan kesepakatan damai antara kedua belah pihak, tindakan kekerasan yang dilakukan oleh oknum polisi tetap akan dikenakan sanksi etik sesuai dengan prosedur yang berlaku di kepolisian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk menyelesaikan masalah secara damai, institusi kepolisian tetap berkomitmen untuk menegakkan disiplin dan akuntabilitas di antara anggotanya. Kapolres Jombang, AKBP Moh Nurhidayat, menegaskan bahwa pihaknya akan melakukan pemeriksaan lebih

lanjut terkait insiden ini untuk memastikan bahwa penegakan hukum dilakukan secara adil dan transparan. (Budianto, 2022).

Masyarakat juga perlu memberikan penghargaan terhadap upaya yang dilakukan oleh kepolisian dalam memberantas kejahatan, seperti begal, yang sering kali menimbulkan keresahan di lingkungan. (’Aisy, 2022). Oleh karena itu, sebagai lembaga yang dinamis, kepolisian dituntut untuk mampu melakukan reformasi internal agar dapat berfungsi secara efektif sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat. Selain itu, kepolisian juga harus berperan sebagai aparat hukum yang profesional. Dengan demikian, penting bagi masyarakat untuk menyadari bahwa meskipun terdapat tantangan dan isu negatif, banyak tindakan positif yang dilakukan oleh kepolisian demi keamanan dan ketertiban. Keterlibatan masyarakat dalam mendukung dan menghargai upaya kepolisian juga dapat menciptakan sinergi yang lebih baik antara institusi kepolisian dan warga, sehingga tercipta lingkungan yang lebih aman dan nyaman bagi semua.

Dengan adanya Humas, informasi terkait kebijakan dari pihak kepolisian dapat disampaikan kepada masyarakat, sehingga mereka mendapatkan informasi terkini mengenai apa yang sedang di informasikan dan dapat menindaklanjuti perkembangan yang ada (Lusiana, 2023). Selain itu, Humas juga melaksanakan kegiatan untuk turun ke masyarakat guna memberikan sosialisasi tentang program-program kepolisian yang akan datang, termasuk Humas Polda Jatim.

Di tengah tantangan tersebut, Humas berperan strategis dalam memperbaiki citra institusi kepolisian melalui komunikasi yang efektif, pengelolaan informasi, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Dalam konteks ini, Polda Jawa Timur (Polda Jatim) menjadi pilihan yang relevan untuk penelitian ini karena daerah ini memiliki karakteristik sosial yang kompleks, dengan berbagai tantangan keamanan yang sering menjadi sorotan publik. Selain itu, Humas Polda Jatim dinilai aktif dalam menggunakan media sosial, khususnya melalui akun Instagram @humaspoldajetim, untuk menyampaikan informasi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Pilihan ini juga didukung oleh tingginya jumlah pengikut media sosial Humas Polda Jatim, yang mencerminkan potensi besar media sosial dalam mendukung komunikasi dan pengelolaan citra institusi (Azzahrah, 2024). Penerapan strategi Humas bertujuan untuk menciptakan citra positif yang dapat menarik perhatian masyarakat serta mencapai tujuan Humas Polda Jatim. Tugas utama Humas Polda Jatim adalah mempromosikan dan membangun hubungan baik antara organisasi dan publik, baik secara internal maupun eksternal, menciptakan pemahaman, memotivasi publik, serta melibatkan mereka dalam proses pembentukan opini publik.

Humas di Polda Jatim memiliki dua tanggung jawab utama, yaitu sebagai teknisi dan manajemen. Humas Polda Jatim memiliki tiga peran utama: pertama, sebagai pemberi penjelasan, yaitu individu yang berfungsi sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, mengusulkan alternatif, dan memantau pelaksanaan kebijakan. Kedua, sebagai fasilitator komunikasi, yaitu

orang-orang yang bertanggung jawab atas organisasi dan berhubungan langsung dengan lingkungan, serta menjaga hubungan dan komunikasi dua arah. Ketiga, sebagai fasilitator pemecah masalah, yaitu individu yang bekerja sama dengan senior untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah.

Fungsi Humas di lembaga kepolisian memiliki posisi strategis, di mana Humas berperan dalam mendekatkan polisi kepada masyarakat. Oleh karena itu, Humas Polda Jatim harus mengoptimalkan pelaksanaan tugasnya sesuai dengan visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan untuk melaksanakan kegiatan Kamtibmas (Keamanan dan Ketertiban Masyarakat) (Hasan Aji, 2023). Sebagai praktisi Humas pemerintah, mereka melakukan fungsi manajemen di bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien. Hal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat melalui berbagai sarana kehumasan, guna membangun citra dan reputasi positif bagi instansi pemerintah yang menjadi tanggung jawab Humas Polda Jatim.

Berdasarkan peran dan fungsi Humas Polda Jatim, penulis mengaitkan kegiatan yang telah dilakukan oleh Humas Polda Jatim dengan cara mereka memanfaatkan gambar atau dokumentasi kegiatan tersebut untuk mendukung dan mempertahankan citra institusi Polda Jatim (Balqis, 2022). Berdasarkan yang di katakan Balqis melalui bukunya bahwa Melalui gambar-gambar kegiatan yang ditampilkan pada subbidang Informasi dan Dokumentasi Humas Polda Jatim, diharapkan bisa memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik terhadap instansi, serta membangun hubungan baik antara instansi dan

khalayak, yang berakhir pada citra yang baik bagi instansi di mata masyarakat. Tentu saja, pelayanan publik juga menjadi sebuah tolak ukur kinerja kepolisian yang paling nyata. Masyarakat dapat langsung menilai kinerja kepolisian berdasarkan kualitas layanan publik yang diterima, karena kualitas layanan publik dirasakan oleh masyarakat dari semua kalangan.

Dalam upaya pelaksanaan untuk menjaga citra positifnya, Humas Polda Jatim melaksanakan tugas dengan menyampaikan informasi mengenai berbagai kegiatan di setiap bidang Polda Jatim, melakukan peliputan, dan mengolah berita tersebut agar siap dipublikasikan di media sosial. Berbagai tanggapan dari publik muncul terkait aktivitas Kepolisian Daerah Jawa Timur, yang menjadi tantangan tersendiri bagi Humas Polda Jatim dalam membangun citra yang positif (Hardiansyah, 2023). Melalui akun Instagram @humaspoldajitim, Humas memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi untuk berinteraksi dengan masyarakat dan pengikut akun tersebut.



Gambar 1. 2 Polrestabes Surabaya Polda Jatim mengungkap tindak pidana penipuan daring atau *online scamming*

Sumber : Akun Instagram @humaspoldajitim

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajatim.” Dalam penelitian ini, penulis akan menerapkan teori manajemen citra atau *image management theory* dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Melalui proses observasi dan wawancara, peneliti akan menganalisis berbagai aspek yang terkait dengan strategi kehumasan yang dilakukan oleh Polda Jatim dalam upaya menjaga dan meningkatkan citra positif kepolisian di mata masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana penggunaan media sosial dapat berkontribusi pada pengelolaan citra institusi publik, serta bagaimana masyarakat merespons inisiatif tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa telah teridentifikasi suatu masalah yang layak untuk diteliti, yaitu bagaimana strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga citra positif polisi melalui akun Instagram @humaspoldajatim?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana Humas Polda Jatim memanfaatkan platform media sosial untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi yang baik di kalangan masyarakat mengenai institusi kepolisian.

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajatim.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari dilakukannya kegiatan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan manfaat berupa wawasan seperti referensi kata-kata atau pustaka kepada publik atau khalayak ataupun mahasiswa dan mahasiswi yang tengah Menyusun jurnal karya ilmiah maupun sedang menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan bila mana penelitiannya memiliki tema yang mirip dengan sang penyusun.
- b. Mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga citra positif kepolisian melalui akun Instagram @humaspoldajatim sangat penting untuk memahami bagaimana institusi ini berinteraksi dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai metode yang digunakan oleh Humas Polda Jatim dalam memanfaatkan platform media sosial sebagai alat komunikasi, serta bagaimana mereka menyampaikan informasi yang relevan dan menarik bagi publik.

2. Manfaat Teoritis

- a. Dengan penelitian yang dilaksanakan secara teoritis ini di harapkan dapat memberi bantuan berupa ilmu pengetahuan dan wawasan untuk masyarakat terkait perkembangan teknologi Ilmu Komunikasi dalam bidang *Cyber PR*.
- b. Peneliti berharap agar penelitian bermanfaat sehingga berguna untuk menambah pengetahuan terhadap sesama peneliti tentang rancangan penelitian yang sejenis dengan penelitian yang tengah di lakukan oleh sang peneliti.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Strategi

Strategi komunikasi merupakan elemen kunci dalam proses komunikasi, karena strategi komunikasi digunakan untuk memastikan bahwa pesan atau informasi tersebut berhasil disampaikan sebagaimana mestinya (Nurbaiti, 2023). Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi memiliki beberapa fungsionalitas, termasuk penggunaan strategi multimediasi skala besar (makro) hingga strategi media tunggal skala kecil (mikro). Tujuan akhir dari strategi komunikasi adalah untuk memengaruhi opini umum dan membentuk sikap serta perilaku masyarakat.

1.5.2 Citra

Citra adalah kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, yang merupakan persepsi yang terbentuk dalam pikiran individu. Salah

satu fungsi dari humas adalah melaksanakan manajemen citra, yang bertujuan untuk membentuk atau membangun citra tersebut. Penting untuk membangun citra ini berdasarkan data dan informasi yang akurat agar dapat menciptakan persepsi positif di masyarakat (Citra Ari, 2021). Hal ini sesuai yang di katakan oleh Citra Bahwa agar persepsi tentang citra tersebut dapat muncul dan diterima dengan baik di masyarakat, penting halnya untuk menjaga konsistensi antara citra yang dibangun berlandaskan dengan kejujuran. Oleh karena itu, humas sebagai penjaga citra dituntut untuk mampu menyampaikan pesan dengan jelas, demi menjaga reputasi atau citra lembaga yang diwakilinya.

1.5.3 Humas (Hubungan Masyarakat)

Humas, atau yang dikenal sebagai Public Relations, adalah bidang yang telah dikenal luas oleh masyarakat. Humas berfungsi sebagai aktivitas komunikasi dua arah antara publik dan lembaga atau organisasi, dengan tujuan untuk membangun saling pengertian, kepercayaan, dan kerja sama (Hasan Aji, 2023). Pemahaman dasar mengenai Humas sebagai suatu aktivitas akan banyak membahas signifikansi peran Humas dalam suatu organisasi atau lembaga. Selain memiliki tujuan yang telah diuraikan sebelumnya, pada akhirnya, Humas juga berkaitan dengan pencapaian citra positif dari lembaga tersebut.

1.5.4 Polisi

Pengertian polisi di negara ini tidak lain adalah menjaga ketertiban dan keamanan, memenuhi kewajiban hukum, perlindungan

dan pelayanan masyarakat dan tentunya membela hak asasi manusia. Peran polisi adalah untuk terlibat dengan masyarakat dan wajar bagi masyarakat untuk menilai tindakan polisi (Rusli, 2023). Permasalahan evaluasi adalah penulis beranggapan bahwa diperlukan suatu ukuran atau standar evaluasi untuk menilai seseorang. Tolak ukur inilah yang tidak serta merta menjadi ranah publik ketika menilai baik buruknya perilaku polisi, karena penilaian tersebut dapat mempengaruhi citra polisi. Karena itu kedisiplinan, kejujuran, ketegasan dan sikap keteladanan menjadi prasyarat terpenting untuk membangun citra polisi.

1.5.5 Media Sosial Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan filter digital, dan membagikannya di berbagai situs jejaring sosial, termasuk Instagram. Instagram memiliki fitur unik di mana Anda dapat memotong foto Anda menjadi kotak-kotak agar menyerupai keluaran kamera Polaroid. Ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang biasanya digunakan oleh kamera perangkat seluler (A. Ginting, 2021).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis

permasalahan yang ada saat ini (Hardiansyah, 2023). Tujuan penelitian kualitatif adalah memahami fenomena-fenomena yang berkaitan dengan subjek penelitian, seperti tingkah laku, pemikiran, motivasi dan tindakan, semua itu dengan cara meng gambarkannya dengan kata-kata dan bahasa, dalam kondisi lingkungan tertentu dan menggunakan berbagai ilmu pengetahuan.

Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai pendekatan yang menghasilkan data deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata dan gambar, bukan dalam bentuk angka (Sholihah, 2023). Oleh karena itu, laporan penelitian ini menyajikan ringkasan data untuk memberikan informasi yang diperoleh dari wawancara, catatan, foto, dan dokumen lainnya. Permasalahan yang diteliti memiliki sifat sosial, dan berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti memilih metode kualitatif untuk memahami cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dalam penelitian ini.

Penelitian deskriptif melalui beberapa tahapan pelaksanaannya sesuai dengan karakteristiknya. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mulailah dengan mendefinisikan masalah
2. Menentukan jenis informasi apa yang dibutuhkan
3. Merancang metode pengumpulan data melalui pengamatan atau pengamatan
4. Mengolah informasi atau data yang di peroleh

5. Menarik kesimpulan dari penelitian

1.6.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah penerapan Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajatim. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Humas Polda Jatim memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, serta mengedukasi publik tentang kegiatan dan inisiatif kepolisian.

1.6.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Jl. Ahmad Yani No.116, Gayungan, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60231. Penelitian ini akan dilakukan di area yang strategis dan mudah diakses, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang efektif dan relevan. Dengan memilih lokasi ini, peneliti berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih baik mengenai penerapan strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga citra positif kepolisian melalui platform media sosial, khususnya Instagram @humaspoldajatim.

1.6.4 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah akun media sosial Instagram @humaspoldajatim, serta pihak-pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti di Bidang Humas Polda Jatim. Fokus pada akun Instagram ini penting karena platform tersebut berfungsi sebagai saluran komunikasi

utama antara Polda Jatim dan masyarakat, memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan responsif. Selain itu, wawancara dengan pihak-pihak terkait di Bidang Humas akan memberikan wawasan lebih dalam tentang strategi yang diterapkan dalam pengelolaan citra positif kepolisian.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa metode, yaitu:

a. Metode Observasi

Metode ini memerlukan pengamatan dari peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap objek penelitian. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan data, memberikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu memahami perilaku manusia, dan melakukan evaluasi, yaitu pengukuran terhadap aspek-aspek tertentu dengan memberikan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Dengan demikian, peneliti akan mendapatkan data objektif sebanyak banyaknya terkait Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @humaspoldajatim.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah keterampilan komunikasi lisan yang melibatkan dua pihak, di mana setidaknya salah satu

pihak memiliki tujuan yang jelas dan keduanya saling berbicara serta mendengarkan. Metode ini juga merupakan proses pengumpulan informasi melalui tanya jawab secara langsung, baik dengan atau tanpa pedoman. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan bagian Humas Polda Jatim untuk menggali informasi mengenai Strategi Humas Polda Jatim Dalam Menjaga Citra Positif Polisi Melalui Akun Instagram @Humaspoldajatim.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data melalui sumber yang tertulis, terutama berbentuk laporan, serta buku, surat kabar, dan dokumen lain yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sebuah artikel dapat disebut analisis tertulis atau analisis isi visual suatu artikel (Hasan Aji, 2023). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan bukti-bukti dan informasi yang diperoleh dari Polda Jatim, yang penting untuk mendukung keakuratan dan keandalan penelitian.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah krusial dalam penelitian yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam proses ini, peneliti tidak hanya

mengumpulkan data, tetapi juga berusaha untuk mengidentifikasi makna dan pola yang terkandung dalam data tersebut. Dengan cara ini, peneliti dapat memberikan interpretasi yang logis dan dapat diterima, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan bermanfaat. Langkah-langkah dalam analisis data meliputi pengorganisasian informasi, pengkodean data, serta pengolahan dan penyajian hasil analisis secara sistematis. Melalui pendekatan yang terstruktur ini, peneliti dapat menarik kesimpulan yang relevan dan memberikan rekomendasi berdasarkan temuan yang diperoleh. Dengan demikian, analisis data tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menjawab pertanyaan penelitian, tetapi juga sebagai sarana untuk memahami fenomena yang lebih luas dalam konteks sosial atau organisasi yang diteliti. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil dalam analisis data:

- a. Pengumpulan Data; Dilakukan dengan mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang relevan.
- b. Pengelompokan Data; Data yang terkumpul disusun sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Kategorisasi ini juga membantu mengidentifikasi kecenderungan negatif, positif, atau netral dalam data.
- c. Analisis Data; Pada tahap ini, data diinterpretasi menggunakan analisis logis melalui pendekatan deduktif-induktif berdasarkan teori kehumasan.

- d. Penarikan Kesimpulan; Tahap akhir di mana penilaian terhadap data yang telah ditemukan, dianalisis, dan dibahas selama proses penelitian dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada konsep beberapa tahapan penelitian yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data yang mencakup seleksi, penetapan, analisis, dan pengambilan kesimpulan. Proses ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai informasi yang diperoleh dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan pendekatan yang sistematis ini, peneliti dapat menggali makna dari data yang dikumpulkan dan menyajikan hasil penelitian secara logis dan terstruktur..

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Herawaty Syahid Salihun F. (2024)	Peran Humas Polsek Ujung Pandang Dalam Membangun Citra Positif Polri di Kalangan Masyarakat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengamanan kebijakan pemerintah berasal dari budaya yang dibangun oleh anggota kepolisian secara internal. Selain itu, penting untuk menjaga netralitas dalam pemilu, memberikan pelayanan administratif kepada masyarakat sesuai dengan prosedur yang ada, serta menyediakan layanan tambahan seperti sesi "Jumat Curhat." Anggota kepolisian juga berperan sebagai komunikator yang

			dikelompokkan berdasarkan divisi masing-masing. Di samping itu, perlu diciptakan iklim yang kondusif dan dinamis melalui himbauan kepada anggota Polsek Ujung Pandang.
2.	Ubaidir Rahman Bahai (2022)	Peran Humas Polres Ponorogo dalam Membangun Citra Positif Kepolisian di Ponorogo	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa humas Polres Ponorogo menyebarkan informasi melalui berbagai jenis media relasi, termasuk media cetak, elektronik, dan internet. Untuk mencegah penyebaran informasi yang salah atau berita yang tidak akurat, humas Polres Ponorogo secara aktif memberikan informasi kepada publik melalui media relations dan interaksi langsung dengan masyarakat, dengan tujuan agar informasi tersebut dapat diterima secara merata oleh semua lapisan masyarakat. Selain itu, humas Polres Ponorogo juga menjalin hubungan baik dengan media cetak dan non-cetak serta bekerja sama dengan organisasi kehumasan dan kewartawanan di daerah Ponorogo untuk mempermudah penyebaran informasi, melakukan klarifikasi, dan membangun kepercayaan dengan media.
3.	Irfani Rusli (2023)	Fungsi <i>Public Relation</i> Polrestabes Makassar dalam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas Humas

		Membangun Citra Polisli	Polrestabes Makassar berfokus pada pembangunan citra positif kepolisian, baik di dalam maupun di luar instansi. Humas berusaha untuk memberikan informasi mengenai kegiatan Polrestabes Makassar dan mengatasi pelayanan yang buruk akibat kritik publik dari segi internal dan eksternal, sehingga dapat menciptakan umpan balik yang positif. Selain itu, Humas Polrestabes Makassar berupaya memaksimalkan kinerjanya dengan memberikan layanan terbaik kepada masyarakat melalui informasi, kerja sama dengan berbagai media dan instansi lain, serta sosialisasi kepada masyarakat. Semua upaya ini diharapkan dapat mendukung dan membangun citra yang lebih baik bagi kepolisian.
4.	Muhammad Hasan Aji (2023)	Optimalisasi Media Humas Polres Ponorogo Dalam Membangun Citra Kepolisian	Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Humas Polres Ponorogo menyebarkan informasi melalui berbagai platform media sosial, termasuk Website, Instagram, YouTube, dan TikTok. Untuk mencegah penyebaran informasi yang dapat merusak citra institusi kepolisian di mata masyarakat, Humas Polres Ponorogo melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan tujuan

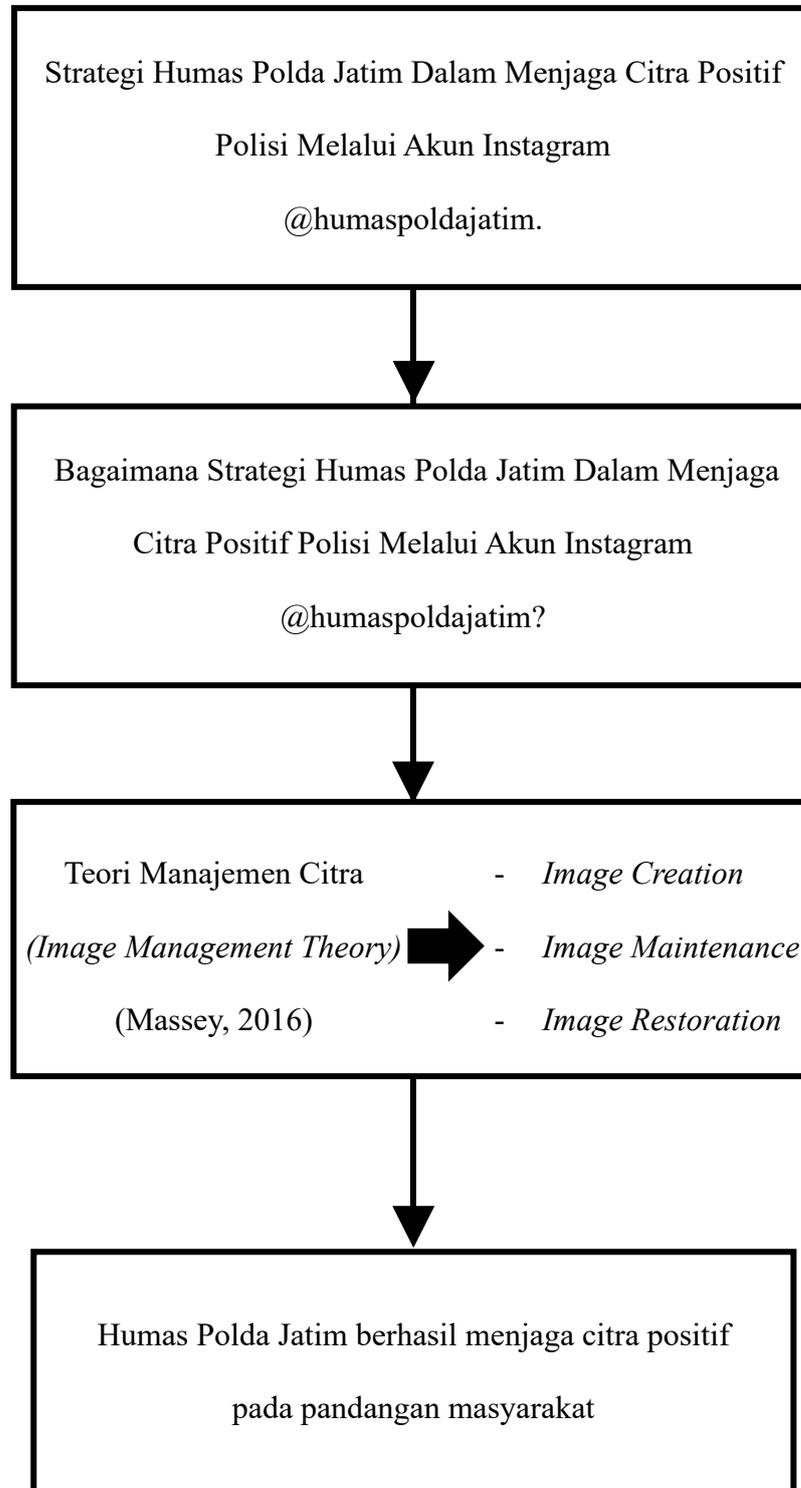
			agar informasi yang dipublikasikan dapat diterima dengan baik oleh publik.
5.	Maulana Akbar Ginting (2022)	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Polsek Delitua	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam membangun citra kepolisian Polsek Delitua. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori komunikasi, humas pemerintahan, efektivitas, serta teori media baru dan media sosial. Subjek penelitian terdiri dari personel polisi Polsek Delitua yang mengelola akun Instagram Polsek Delitua dan lima orang pengikut akun tersebut. Penelitian dilakukan dari tanggal 09 Juni 2021 hingga 23 Juni 2021. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan wawancara mendalam (in-depth interview). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
6.	Debi Sintia (2021)	Strategi Humas Polda Riau Dalam Mengampanyekan Aplikasi Lancang Kuning Sebagai Media Informasi Kebakaran Hutan dan Lahan (Karhutla)	Hasil dari penelitian tersebut mengindikasikan bahwa untuk menghasilkan publisitas yang efektif, diperlukan kerjasama yang solid dan hubungan yang harmonis dengan media. Di samping itu, untuk memperoleh kepercayaan masyarakat terhadap suatu program instansi, penting

			untuk membangun citra positif agar publik dapat mempercayai program atau produk yang dipromosikan, seperti halnya aplikasi Lancang Kuning.
7.	Rivaldi Renhard (2021)	Pengaruh Acara 'The Police' Di Trans 7 Terhadap Citra Kepolisian” (Survey Terhadap Warga Kavling Dki Jakarta Rt. 006 Dan Rt. 007/ Rw 03 Cipedak, Jakarta Selatan)	Berdasarkan analisis menggunakan rumus uji parsial (uji t signifikansi), ditemukan bahwa acara 'The Police' di Trans 7 memiliki pengaruh signifikan terhadap citra Kepolisian. Hal ini terlihat dari nilai t hitung (8,370) yang lebih tinggi dibandingkan t tabel (1,993). Pengaruh acara 'The Police' terhadap citra Kepolisian termasuk dalam kategori pengaruh yang kuat. Ini menunjukkan bahwa peningkatan program acara 'The Police' di Trans 7 berpotensi berkontribusi pada perbaikan citra Kepolisian. Dalam pelaksanaan penelitian, untuk meningkatkan citra Kepolisian melalui acara 'The Police' di Trans 7, disarankan agar konten berita kriminal yang disajikan selalu aktual dan faktual, guna memperluas wawasan dan pengetahuan pemirsa. Selain itu, perlu mengurangi tayangan yang menampilkan tindakan kriminal yang kejam dan brutal.
8.	Lula Deslin Chairunnisa (2023)	Pengaruh Terpaan Pemberitaan Tentang Kepolisian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan tentang

		Terhadap Citra Polri. (Studi Followers Akun @radarlampungonline)	kepolisian di akun Instagram tersebut berpengaruh terhadap citra Polri, yang terlihat dari nilai uji t yang lebih tinggi dibandingkan t tabel, yaitu $11,398 > 1,984$, serta taraf signifikansi yang lebih rendah dari 0,025, yaitu 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Pemberitaan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Polri (Y) di kalangan pengikut akun Instagram @radarlampungonline. Pemberitaan mengenai kepolisian di media sosial tersebut memberikan kontribusi sebesar 57% terhadap citra Polri, sementara 43% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Ini menunjukkan bahwa pemberitaan di akun Instagram mengenai kepolisian berdampak pada citra polisi itu sendiri. Penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh antara pemberitaan kepolisian di akun Instagram @radarlampungonline dan citra Polri.
9.	Muhammad Fitrah Ramadhan (2022)	Strategi Humas Polrestabes Makassar Dalam Menyukseskan Program Nasional Vaksinasi Covid-19	Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pemberitaan kepolisian di akun Instagram @radarlampungonline dan

			<p>citra polri. Strategi Humas Polrestabes Makassar dalam mengantisipasi penolakan vaksinasi Covid-19 melalui interaksi yang konsisten dan responsif dengan masyarakat, serta program-program preventif dan efektif, berkontribusi pada peningkatan citra polisi dan meningkatkan loyalitas publik terhadap program vaksinasi nasional.</p>
10.	Fatimah Azzahrah (2024)	Strategi Humas Lembaga Kepolisian Resor (Polres) Kota Palopo dalam Mengelola Krisis Publik	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas Kepolisian dalam menangani krisis publik terdiri dari beberapa langkah, yaitu melakukan riset, menyiapkan pesan yang akan disampaikan, mempublikasikan pesan tersebut, dan mengevaluasi efektivitas pesan yang telah disiarkan. Penelitian ini juga menghasilkan strategi untuk membangun kerjasama dengan media, yang mencakup penyediaan sumber daya manusia yang diperlukan oleh media, memberikan akses yang lebih baik, menyediakan informasi yang dibutuhkan, menanggapi permintaan media, menyediakan ruang bagi media, serta meluangkan waktu untuk pertemuan dan diskusi.</p>

2.2 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Strategi

Istilah "strategi" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*strategy*," yang mengacu pada siasat atau taktik. Sementara itu, dalam kamus bahasa Indonesia, istilah "penanganan" diartikan sebagai cara atau tindakan untuk menangani suatu masalah (Nurbaiti, 2023b). Seiring waktu, pemahaman tentang strategi telah berkembang menjadi berbagai variasi, seperti yang dijelaskan oleh para ahli dalam karya-karya mereka. Secara umum, strategi dapat dipahami sebagai pedoman utama untuk bertindak demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam merumuskan strategi, sangat penting untuk melakukan analisis terhadap kekuatan lawan, yang meliputi jumlah personel, kekuatan, persenjataan, kondisi lapangan, posisi musuh, dan berbagai faktor lainnya.

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang suatu perusahaan serta arah tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya. Sementara itu, Kenneth Andrew menjelaskan bahwa strategi mencakup pola, metode, maksud, tujuan, kebijakan, dan rencana penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan (Nurbaiti, 2023b). Hal ini dinyatakan melalui cara menetapkan jenis bisnis yang dijalankan atau akan dijalankan oleh perusahaan serta menentukan jenis apa yang akan dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Strategi dapat diibaratkan sebagai suatu rencana organisasi untuk masa depan yang mencakup tujuan (arah) dan cara untuk mencapainya (rute). Menurut Fred R. David dalam Nurbaiti, proses manajemen strategis melibatkan beberapa tahapan penting yang harus dilalui yaitu:

a. Perumusan Strategi

Pada tahap ini, organisasi menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan dari lingkungan eksternal, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal. Ini termasuk menyusun rencana jangka panjang dan memilih strategi yang akan diimplementasikan.

b. Implementasi Strategi

Setelah strategi dirumuskan, tahap ini melibatkan pengambilan keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, serta mengalokasikan sumber daya yang diperlukan. Pada tahap ini, penting untuk memobilisasi seluruh anggota organisasi agar strategi dapat diterjemahkan menjadi tindakan nyata.

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa efektif strategi yang telah dilaksanakan. Manajer harus melakukan analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal serta mengukur

kinerja agar dapat mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan (Hardiansyah, 2023).

2.3.2 Humas

2.3.2.1 Pengertian Humas

Public Relations, yang sering disebut Humas, adalah bidang yang sudah sangat familiar di kalangan masyarakat. Humas merupakan aktivitas komunikasi dua arah antara publik dan lembaga atau organisasi, dengan tujuan untuk membangun saling pengertian, kepercayaan, dan kerja sama (Istya, 2022). Pemahaman awal tentang Humas sering kali menekankan pentingnya aktivitas Humas bagi suatu organisasi atau lembaga, namun pada dasarnya, Humas juga bertujuan untuk mencapai citra positif kelembagaan.

Humas merupakan bagian dari manajemen dalam suatu organisasi yang mengakomodasi kepentingan lembaga/organisasi dalam menjalin hubungan yang baik dengan khalayak yang dilayani, guna mencapai tujuan organisasi, yaitu menciptakan dan mempertahankan citra positif terhadap publik, baik internal maupun eksternal.

2.3.2.2 Fungsi Humas

Humas dianggap berfungsi dengan baik jika mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara efektif, serta memberikan manfaat dalam mendukung tujuan lembaga dan

melindungi kepentingan publik. Secara umum, fungsi Humas atau Public Relations (PR) mencakup beberapa aspek penting:

- a. Menjaga komunikasi yang harmonis antara organisasi dan publiknya.
- b. Melayani kepentingan publik dengan baik.
- c. Memelihara perilaku dan etika organisasi dengan baik.

Humas memiliki fungsi yang timbal-balik, baik ke dalam maupun keluar. Di dalam, Humas berusaha mengenal dan mengidentifikasi potensi-potensi yang dapat menyebabkan sikap dan persepsi negatif (tidak menguntungkan) dalam masyarakat sebelum suatu tindakan atau kebijakan diimplementasikan. Sementara itu, di luar, Humas harus berusaha membuat tumbuh sikap dan persepsi masyarakat yang positif terhadap semua tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaga.

Public Relations memiliki fungsi yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif.

1. Fungsi Konstruktif

Djanalis mengibaratkan fungsi Humas sebagai "perata jalan," yang menunjukkan bahwa Humas berperan sebagai "garda" terdepan dalam mendukung berbagai tujuan kelembagaan, seperti pemasaran, produksi, dan personalia. Dalam konteks ini, peran Humas adalah mempersiapkan

publik untuk menerima kebijakan yang diambil oleh organisasi atau lembaga, sekaligus menyiapkan mental organisasi agar dapat memahami kepentingan masyarakat.

2. Fungsi Korektif

Djanalis mengibaratkan fungsi konstruktif sebagai "perata jalan," maka fungsi korektif berfungsi sebagai "pemadam kebakaran". Artinya, ketika masalah atau krisis sudah terjadi dan mengancam organisasi atau lembaga, peran Humas adalah untuk memadamkan "api" tersebut. Dengan kata lain, ketika sebuah organisasi atau lembaga menghadapi masalah dengan publik, Humas harus berperan aktif dalam menyelesaikan masalah tersebut (Sintia, 2021).

2.3.2.3 Peran Humas

Peran merujuk pada sekumpulan perilaku yang diharapkan oleh orang lain terhadap individu berdasarkan posisinya dalam suatu sistem. Peran ini dipengaruhi oleh faktor sosial, baik dari dalam maupun luar, dan memiliki stabilitas. Peran mencerminkan perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam situasi sosial tertentu (Faisal, 2023b). Membangun dan mempertahankan reputasi yang baik di mata publik merupakan tugas yang menantang, memerlukan pengorbanan waktu, serta keahlian dalam perencanaan dan profesionalisme yang tinggi. Terlibat dalam proses membangun reputasi sebuah lembaga adalah pekerjaan yang kompleks dan sulit.

2.3.4 Citra

2.3.4.1 Pengertian Citra

Citra pada dasarnya bersifat abstrak karena merujuk pada keyakinan, gagasan, dan kesan yang terpancar dari objek tertentu, baik secara langsung, melalui panca indera, maupun dengan menerima informasi dari suatu sumber (Rusli, 2023). Menurut Rusli pada skripsinya bahwa citra dapat berupa respon positif berupa dukungan, partisipasi, peran aktif dan tindakan positif lainnya, dan respon negatif berupa penolakan, permusuhan, kemarahan atau bentuk negatif lainnya. Citra itu sendiri diasosiasikan dengan masing-masing individu dan aktor, reaksi positif dan negatif bergantung pada proses penciptaannya dan pentingnya objek sasaran dalam pembentukan citra. Setiap orang juga berhak menafsirkan citra pribadi dan kelembagaan.

2.3.4.2 Jenis-Jenis Citra

Citra sendiri terdapat menjadi beberapa bagian berikut merupakan macam - macam citra yaitu :

a. Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Untuk menyampaikan suatu citra yang diyakini dan diyakini benar oleh perusahaan atau manajemen internal perusahaan, perlu pihak luar sudah melihat resonansi yang baik dalam perusahaan, meskipun pandangan eksternal tidak selalu baik. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan keinginan yang

berbeda dengan kenyataan yang ada di masyarakat umum mengenai lembaga tersebut.

b. Citra Kini (*Current Image*)

Erat hubungannya dengan informasi yang disampaikan secara *word of mouth* atau dari mulut ke mulut atau diperoleh dari orang lain. Citra saat ini terkait dengan pengalaman (organisasi, lembaga, perusahaan), yang kemudian ia ceritakan kepada orang lain. Tidak menjadi masalah ketika hal-hal positif dikatakan tentang institusi, tetapi menjadi masalah serius ketika pengalaman diceritakan secara negatif tentang institusi yang bermusuhan, curiga, dan salah paham (*prejudice*) Ini mengarah pada ketidakpercayaan terhadap institusi.

c. Citra Keinginan (*Wish Image*).

Citra lembaga yang diharapkan bisa diapresiasi dan diterima secara seksama oleh masyarakat. Citra yang diinginkan adalah citra yang berbanding lurus dengan tujuan dan hasil, lembaga memiliki harapan yang positif, dan masyarakat menerima kesan tersebut secara positif.

d. Citra Serbaneka (*Corporate Image*)

Keinginan perusahaan terhadap tujuan perusahaan kedepan di mata masyarakat, bagaimana memberikan citra positif perusahaan, akan lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat.

Public Relations memiliki peran tersendiri dalam berwirausaha dan bertanggung jawab untuk mempromosikan citra perusahaan yang merupakan salah satu tujuan utama perusahaan.

e. Citra Serbaneka (*Multiple Image*).

Citra pelengkap merupakan bagian dari citra perusahaan. Ini mungkin termasuk logo, tanda pengenal, nama merek, seragam, dan staf profesional yang diidentifikasi dalam berbagai gambar yang dimasukkan ke dalam citra perusahaan.

f. Citra Penampilan (*Performance Image*).

Citra ini lebih selaras dengan tema perusahaan dan mengacu pada kinerja atau citra diri masing-masing individu anggota organisasi sehingga mampu membawa citra organisasi. Hal ini juga dapat dimaknai dalam etika bisnis, mulai dari sapaan, perilaku dan interaksi dengan pelanggan (Oktafan, 2022).

2.3.4.3 Peran Citra

Citra merupakan tujuan utama serta mencerminkan reputasi dan prestasi yang ingin dicapai dalam dunia Humas (Akbar, 2021). Menurut akbar pada skripsinya bahwa penilaian atau respons masyarakat berkaitan dengan munculnya rasa hormat (respek) dan kesan positif yang menguntungkan terhadap citra lembaga, organisasi, atau produk barang dan jasa yang diwakili oleh Humas. Secara logis, jika suatu

organisasi atau lembaga mengalami "krisis kepercayaan" dari publik, hal ini akan berdampak negatif pada citranya.

2.3.4.4 Manajemen Citra

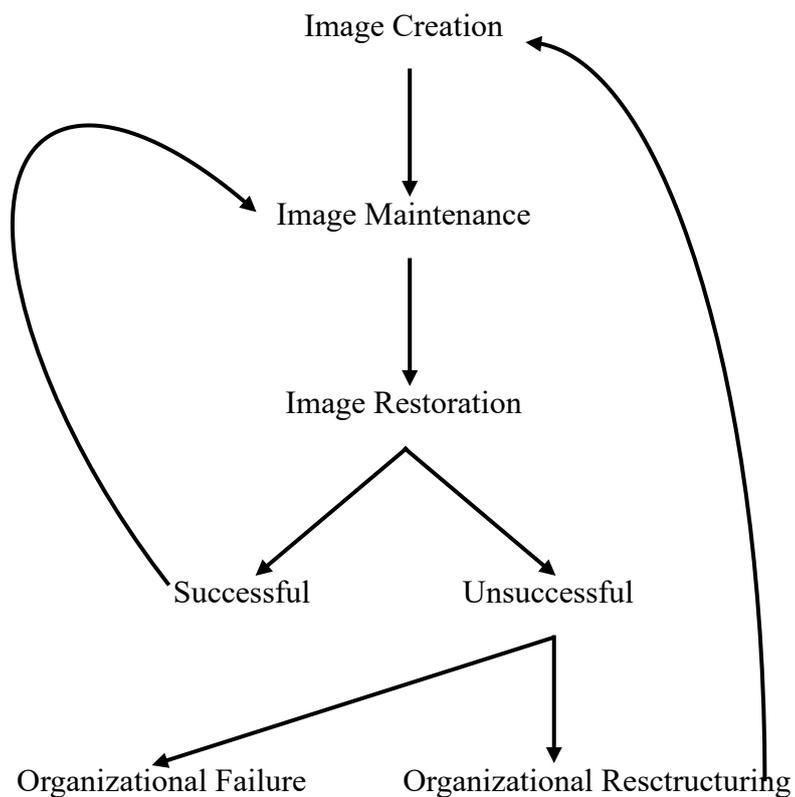
Teori manajemen citra organisasi menyatakan bahwa tujuan utama dari teori ini adalah menciptakan dan memelihara citra organisasi. Organisasi berkomunikasi secara strategis dengan pemangku kepentingan untuk membangun citra yang diinginkan dan menghindari citra yang tidak diinginkan. Teori ini berasal dari pengembangan teori manajemen citra dan presentasi diri pada tingkat individu. Meskipun terdapat perbedaan antara organisasi dan individu dalam beberapa hal, banyak ahli teori dan praktisi memperlakukan organisasi dengan cara yang sama seperti individu (Massey, 2016a). Dalam konteks ini, citra perusahaan yang dibentuk oleh para pemangku kepentingan dapat dipengaruhi oleh penilaian keseluruhan mereka terhadap perusahaan, yaitu reputasinya. Pada saat yang sama, reputasi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh citra yang dibentuk oleh para pemangku kepentingan setiap hari terhadap organisasi tersebut. Pada bagian ini, literatur mengenai identitas organisasi, reputasi, dan citra akan ditinjau.

Konsep-konsep teoritis ini memiliki dasar yang kuat dalam teori dan penelitian sebelumnya tentang kredibilitas sumber (Massey, 2016a). Menurut Massey pada jurnalnya bahwa identitas organisasi berakar pada nilai-nilai inti yang dianut oleh organisasi, serta

mencerminkan tindakan yang diambil dan persepsi yang dimiliki oleh pemangku kepentingan internal. Sementara itu, reputasi organisasi dibentuk oleh pemangku kepentingan eksternal dan sebagian besar didasarkan pada tindakan organisasi itu sendiri. Reputasi organisasi bersifat dinamis dan tidak statis, tetapi lebih stabil dibandingkan dengan citra organisasi. Citra organisasi adalah persepsi pemangku kepentingan terhadap tindakan organisasi dan cenderung kurang tahan lama dibandingkan reputasi organisasi. Manajemen citra organisasi merupakan elemen penting dalam kegiatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi.

Manajemen citra organisasi adalah proses yang terdiri dari tiga tahap, yaitu penciptaan, pemeliharaan, dan pemulihan citra organisasi. Pertama, ketika sebuah organisasi baru berdiri atau belum dikenal, ia perlu membangun citra dirinya di mata berbagai pemangku kepentingan. Kedua, jika organisasi berhasil menciptakan citra yang positif, maka langkah selanjutnya adalah menjaga citra tersebut. Pemeliharaan citra merupakan proses yang berkelanjutan dan memerlukan komunikasi yang aktif dengan pemangku kepentingan. Untuk mempertahankan citra yang efektif, organisasi harus mencari umpan balik dari pemangku kepentingan dan menyesuaikan strategi branding serta komunikasi mereka. Tahap ketiga dalam proses ini adalah restorasi, yang biasanya terjadi ketika organisasi menghadapi

krisis. Tidak semua organisasi mengalami tahap ketiga ini, tetapi dengan meningkatnya jumlah dan dampak krisis, banyak organisasi perlu memulihkan legitimasi mereka. Jika suatu organisasi mencapai tahap ini, maka diperlukan komunikasi strategis untuk berhasil memulihkan citra mereka (Massey, 2016).



Gambar 2. 2 Model Teoritis Manajemen Citra Organisasi

Sumber: (Massey, 2016)

Oleh karena itu, pengelolaan citra organisasi merupakan proses yang bersiklus, bukan proses linier, seperti yang diilustrasikan pada gambar di atas. Seperti yang disadari oleh banyak organisasi, masalah utama manajemen dalam pasar barang dan ide saat ini bukanlah pada penyediaan komoditas dan jasa atau mengambil sikap

terhadap isu-isu penting saat ini, tetapi melakukan hal-hal tersebut dengan kekhasan tertentu yang memungkinkan organisasi untuk menciptakan dan melegitimasasi dirinya sendiri (Massey, 2016). Menurut Massey dalam jurnalnya Tujuan pengelolaan citra organisasi adalah untuk menciptakan citra yang sah. Organisasi yang berhasil membangun citra yang sah memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dibandingkan dengan organisasi yang tidak berhasil. Hanya melalui manajemen citra organisasi, mereka dapat menciptakan, mempertahankan, dan memulihkan citra dalam beberapa kasus.

2.3.5 Polisi

2.3.5.1 Pengertian Polisi

Polisi memegang peranan yang sangat vital dalam menjaga ketertiban dan keamanan di masyarakat. Tidak hanya mencakup penegakan hukum, tetapi juga meliputi perlindungan serta pelayanan kepada publik, dan pembelaan terhadap hak asasi manusia. Oleh karena itu, polisi berfungsi sebagai garda terdepan dalam menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi warga. Hubungan yang baik antara polisi dan masyarakat sangat krusial untuk membangun kepercayaan, di mana masyarakat berhak untuk menilai tindakan yang dilakukan oleh aparat penegak hukum (Darojati Sanyoto, 2021). Evaluasi kinerja polisi sangat penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Dengan adanya ukuran atau standar yang jelas, masyarakat dapat menilai efektivitas dan

profesionalisme polisi dalam menjalankan tugas mereka. Penilaian ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan kinerja individu, tetapi juga berkontribusi pada perbaikan sistem secara keseluruhan. Masyarakat memiliki hak untuk mengevaluasi tindakan polisi karena mereka adalah pihak yang langsung terpengaruh oleh kebijakan dan tindakan penegakan hukum.

2.3.5.2 Fungsi Polisi

Kapolri memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam mengatur pengamanan mandiri, yang merupakan bagian penting dari upaya menjaga ketertiban dan keamanan di masyarakat. Fungsi-fungsi yang diemban oleh Polri mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman mendalam mengenai situasi keamanan internal hingga penegakan hukum yang adil dan transparan. Sejalan dengan fungsi-fungsi yang telah disebutkan, peran Polri meliputi:

- a. Memahami keamanan internal di dalam negeri.
- b. Menjunjung tinggi keamanan dan ketertiban masyarakat.
- c. Menyelenggarakan dan menegakkan hukum serta peraturan yang berlaku.
- d. Mengatur pelayanan kepada masyarakat, perlindungan, dan organisasi.
- e. Mempromosikan perdamaian publik dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia (Darojati Sanyoto, 2021).

2.3.5.3 Tugas Polisi

Menurut UU No. 2 Tahun 2002, Polri memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Mengendalikan stabilitas dan keamanan.
- b. Sebagai aparat penegak hukum sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- c. Menjadi pelindung, pengayom, dan pelayan bagi masyarakat.

Oleh karena itu, anggota Polri perlu memiliki budaya yang berbeda dari TNI. Dalam menjalankan perannya, polisi harus memperhatikan cara menegakkan prinsip keadilan, hukum, dan hak asasi manusia (Mabes Polri; Skep Kapolri No. Pol. KEP/7/I/2005 dan KEP/54/X/2002).

Polri mendapat bantuan dari untuk melaksanakan tugas kepolisian tersebut diantaranya “Kepolisian Khusus” adalah organisasi atau badan pemerintahan yang diberi wewenang oleh undang-undang untuk melaksanakan tugas kepolisian dalam bidangnya masing-masing. Ia hanya memiliki rentang otoritas yang sempit. Sebagaimana ditentukan oleh undang-undang, undang-undang, atau peraturan pemerintah, terbatas pada lingkup kewenangan dan hal-hal yang berkaitan dengan uraian tugas. Polisi khusus di negara ini mencakup beberapa lembaga, seperti Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dari Departemen

Kesehatan, serta unit-unit polisi lainnya di lingkungan pemerintah atau departemen, seperti Satpol PP, Polisi Kehutanan, dan Polisi Imigrasi. Selain itu, pemerintah juga menyediakan penyidik pegawai negeri untuk membantu tugas-tugas ini, termasuk dalam lembaga kejaksaan dan pengadilan (Darojati Sanyoto, 2021).

2.3.6 Instagram

2.3.6.1 Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan filter digital, dan membagikannya di berbagai situs jejaring sosial, termasuk Instagram. Instagram memiliki fitur unik. Instagram didasarkan pada pemahaman tentang operasi umum aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan" seperti kamera Polaroid yang dulunya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan gambar seperti Polaroid secara instan. Kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang berarti mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain (Akbar Ginting et al., 2021). Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto melalui internet, sehingga informasi yang akan dikirimkan dapat diterima dengan cepat. Itu sebabnya Instagram merupakan gabungan dari kata Instan dan Telegram.

2.3.6.2 Fitur-fitur Instagram

Di antara sekian banyak fitur Instagram (M. A. Ginting et al., 2021), ada beberapa fitur yang digunakan @humaspoldajatim untuk menyebarkan informasi. Fitur tersebut diantaranya :

1. Pengikut (*Follower*).

Memiliki pengikut di Instagram atau mengikuti akun pengguna lain adalah bagian dari cara kerja jejaring sosial di platform tersebut. Interaksi ini akan memperkuat hubungan antar pengguna, tetapi juga menciptakan komunitas yang saling terhubung dan mendukung di dalam platform. Melalui kegiatan ini, pengguna dapat berbagi pengalaman, ide, dan informasi, sehingga memperkaya pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial.

2. Unggah Media.

Mengunggah konten berupa video atau foto di Instagram terutama berfungsi sebagai platform bagi pengguna untuk berbagi dan menampilkan foto satu sama lain. Dengan cara ini, pengguna dapat saling berinteraksi dan menikmati berbagai momen yang diabadikan oleh teman-teman mereka. Selain itu, fitur ini juga memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan kreativitas mereka melalui konten visual yang menarik. Melalui interaksi ini,

pengguna dapat membangun hubungan sosial yang lebih kuat dan menciptakan komunitas yang saling mendukung di dalam platform.

3. Tagar.

Seperti halnya platform media sosial lainnya, Instagram memiliki fitur *tag* dan *hashtag* yang digunakan untuk mengidentifikasi individu tertentu atau kelompok orang dalam kumpulan foto. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menandai orang lain dalam foto yang mereka unggah, sehingga memudahkan orang lain untuk menemukan dan berinteraksi dengan konten tersebut. Dengan menggunakan *tag* dan *hashtag*, pengguna dapat meningkatkan visibilitas foto mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas, serta memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi di antara pengguna.

4. Keterangan (*Caption*).

Keterangan atau *caption* pada setiap unggahan di Instagram berfungsi sebagai alat untuk memberikan konteks atau informasi tambahan mengenai gambar yang dibagikan. Dengan menuliskan *caption* yang menarik, pengguna dapat menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi lebih lanjut.

5. Integrasi Dengan Situs Jejaring Sosial.

Dengan kemudahan ini, pengguna dapat memperluas jangkauan konten mereka dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas di berbagai platform. Fitur berbagi ini memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menikmati pengalaman berbagi di Instagram, tetapi juga menjangkau teman-teman mereka di media sosial lainnya. Hal ini menciptakan peluang bagi pengguna untuk mendapatkan lebih banyak interaksi dan umpan balik dari berbagai komunitas online. Selain itu, berbagi konten di beberapa platform sekaligus dapat meningkatkan visibilitas merek pribadi atau bisnis, serta membantu dalam membangun pengikut yang lebih besar. Dengan demikian, kemampuan untuk membagikan konten secara langsung ke jejaring sosial lain menjadi salah satu fitur penting yang mendukung interaksi sosial dan pertumbuhan pengguna di Instagram.

6. Tanda Suka (*Likes*)

Instagram juga memiliki fitur serupa yang cara kerjanya mirip dengan yang ditawarkan, yakni sebagai tanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang diunggah. Jika foto tersebut menjadi terkenal, foto tersebut akan langsung muncul di halaman populernya sendiri.

7. Komentar

Kegiatan berkomentar ini tidak hanya sekadar menyampaikan pendapat, tetapi juga menjadi sarana interaksi sosial di platform seperti Instagram. Dengan memberikan komentar, pengguna dapat terlibat dalam diskusi yang lebih mendalam mengenai konten yang diunggah, serta membangun hubungan dengan pengguna lain. Selain itu, fitur komentar juga memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman atau perspektif pribadi mereka terkait gambar atau video yang ditampilkan. Dengan demikian, komentar menjadi elemen penting dalam menciptakan lingkungan interaktif dan saling mendukung di media sosial.

8. Lokasi (*Geotagging*)

Geotagging adalah identifikasi metadata geografis pada halaman media atau foto. Bagian *Geotag* muncul saat pengguna mengaktifkan GPS di *device* atau perangkat mereka. *Geotag* dapat digunakan untuk mengidentifikasi lokasi pengguna tempat gambar diambil atau diunggah ke Instagram (Ginting, 2021).

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Humas Polda Jatim

Polda Jatim berkomitmen untuk menjadi pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat yang profesional, bermoral, dan modern, serta menjaga keamanan dan ketertiban di wilayah hukum Jawa Timur. Melalui strategi komunikasi yang efektif, Polda Jatim berupaya membangun kepercayaan publik dan partisipasi masyarakat dalam menjaga Kamtibmas. Dengan demikian, Humas Polda Jatim berperan sebagai jembatan antara kepolisian dan masyarakat, memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan bermanfaat bagi publik (Balqis, 2022).

Humas Polda Jatim, yang dipimpin oleh Kepala Bidang Humas (Kabid Humas), berperan penting dalam mengelola komunikasi dan hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra kepolisian di wilayah Jawa Timur. Struktur Humas Polda Jatim bertujuan untuk menyelenggarakan kegiatan kehumasan yang efektif, termasuk pengelolaan informasi, penyajian data, dan dokumentasi yang dapat diakses oleh publik. Dengan motto "Melindungi, Mengayomi, dan Melayani," Polda Jatim berkomitmen untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui transparansi dan keterbukaan informasi.

Di bawah kepemimpinan Bapak Kombes Dirmanto, yang menjabat sebagai Kabid Humas sejak Februari 2022, Humas Polda Jatim telah

melaksanakan berbagai program dan kegiatan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat. Salah satu inisiatif penting adalah penyelenggaraan acara sarasehan dengan awak media, yang bertujuan untuk memperkuat kemitraan antara kepolisian dan jurnalis dalam menjaga stabilitas keamanan, terutama menjelang pemilihan umum. Kegiatan ini juga mencakup analisis dan evaluasi (ANEV) bulanan untuk memantau *engagement* publik serta ranking laporan yang dikirim ke Mabes Polri.

Di bawah kepemimpinan Kombes Dirmanto, yang menjabat sebagai Kabid Humas sejak Februari 2022, Humas Polda Jatim telah melaksanakan berbagai program dan kegiatan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat. Salah satu inisiatif penting adalah penyelenggaraan acara sarasehan dengan awak media, yang bertujuan untuk memperkuat kemitraan antara kepolisian dan jurnalis dalam menjaga stabilitas keamanan, terutama menjelang pemilihan umum. Kegiatan ini juga mencakup analisis dan evaluasi (ANEV) bulanan untuk memantau *engagement* publik serta ranking laporan yang dikirim ke Mabes Polri. Humas Polda Jatim juga aktif dalam melakukan klarifikasi terhadap isu-isu negatif yang beredar di masyarakat dengan cara menyebarkan konten positif tentang kinerja polisi. Melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram dan Twitter, Humas berusaha untuk menunjukkan sisi baik dari kepolisian dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga keamanan.

Dengan fokus pada profesionalisme, moralitas, dan penggunaan teknologi modern dalam komunikasi, Humas Polda Jatim bertujuan untuk

menciptakan hubungan yang lebih baik antara polisi dan masyarakat. Hal ini diharapkan dapat membangun objektivitas, kepercayaan, serta partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung tugas-tugas kepolisian di wilayah Jawa Timur.

Bidhumas Polda Jatim memiliki peran penting dalam menyelenggarakan kegiatan hubungan masyarakat di tingkat Polda. Tugas utama Bidhumas mencakup pengelolaan informasi, penyajian data, dan dokumentasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Selain itu, Bidhumas juga berfokus pada kerja sama dengan berbagai pihak dan melakukan analisis evaluasi (Anev) terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

Dengan adanya kemajuan teknologi dan perangkat yang canggih saat ini Humas Polda Jatim memanfaatkan keberadaanya untuk melakukan kegiatan kehumasan Berikut merupakan tampilan layar beranda awal ketika kita sedang mengunjungi akun instagram @humaspoldajatim.



Gambar 3. 1 Tampilan Beranda Instagram Humas Polda Jatim

Sumber : Akun Instagram @humaspoldajatim

3.2 Sejarah Humas Polda Jatim

Awalnya, Divisi Humas Polri dikenal sebagai Dinas Penerangan Polri atau Dispenpol berdasarkan Surat Keputusan (Skep) Dispenpol yang ditandatangani oleh Kapolri pertama, Jenderal (Purn) Raden Soekanto Tjokrodoatmojo. Seiring berjalannya waktu, Dispenpol mengalami beberapa perubahan nama, mulai dari Seksi Humas hingga Direktorat Humas dan Pusat Penerangan Kepolisian. Pada bulan Oktober 2002, melalui keputusan Kapolri nomor Kep-53/X/2002, unit khusus ini secara resmi berganti nama menjadi Divisi Humas Polri. Divisi Humas Polri didirikan pada 30 Oktober 1951 sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk membentuk unit-unit hubungan masyarakat (public relations) di setiap instansi pemerintah. Perubahan nama dan struktur ini mencerminkan perkembangan fungsi dan peran Humas dalam institusi kepolisian seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Dengan adanya Divisi Humas, Polri berupaya untuk meningkatkan komunikasi antara kepolisian dan masyarakat, serta memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam menjalankan tugasnya. Divisi ini bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat dan relevan kepada publik, serta mengelola citra dan reputasi Polri di mata masyarakat. Selain itu, keberadaan Divisi Humas juga menunjukkan komitmen Polri dalam menghadapi tantangan era digital, di mana interaksi dengan masyarakat melalui media sosial dan platform online menjadi semakin penting. (Tri Brata News, 2021).



Gambar 3. 2 Konten Pertama Humas Polda Jatim

Sumber : Akun Instagram @humaspoldajatim

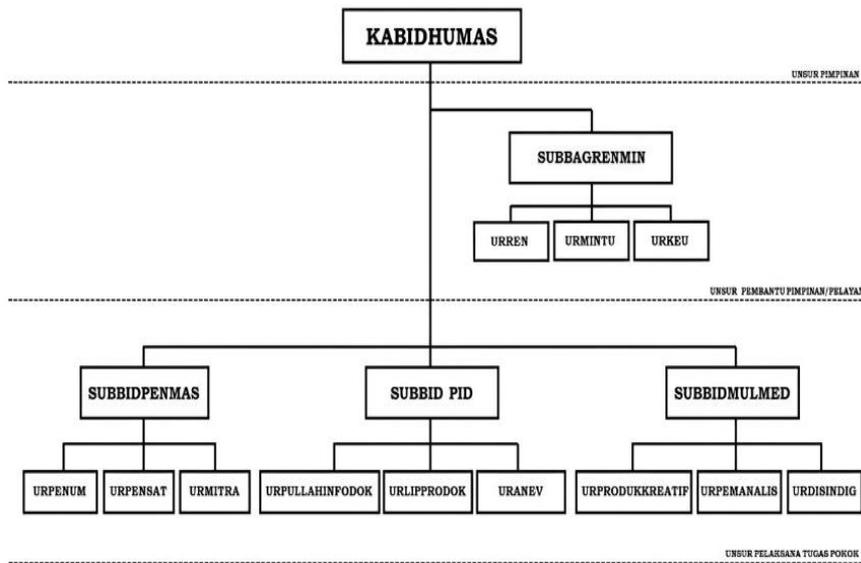
Berikut merupakan postingan pertama yang diunggah sebagai konten awal pada akun Instagram @humaspoldajatim. Dalam postingan tersebut, seorang Kapolsek di daerah Pogalan, Trenggalek, Jawa Timur, melakukan kegiatan berbagi untuk sesama dengan upaya yang tulus untuk membantu seorang warga yang membutuhkan. Kegiatan ini mencerminkan komitmen Polri dalam melayani masyarakat dan menunjukkan sisi humanis dari kepolisian. Postingan ini diunggah pada tanggal 26 Januari 2018 dan menjadi titik awal bagi Humas Polda Jatim dalam membangun citra positif melalui media sosial. Sejak saat itu, Humas Polda Jatim terus mengembangkan konten-konten yang dapat menjaga citra positif polisi melalui media sosial.

3.3 Struktur Humas Polda Jatim

Struktur organisasi dan daftar susunan pegawai negeri di Polri pada Bidhumas adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Bidhumas (Kabidhumas);
- b. Subbagian Perencanaan dan Administrasi (Subbagrenmin), terdiri atas:
 - 1. Urusan Perencanaan (Urren);
 - 2. Urusan Administrasi dan Tata Usaha (Urmintu); dan
 - 3. Urusan Keuangan (Urkeu);
- c. Subbidang Penerangan Masyarakat (Subbidpenmas), terdiri atas:
 - 1. Urusan Penerangan Umum (Urpenum);
 - 2. Urusan Penerangan Satuan (Urpensat); dan
 - 3. Urusan Kemitraan (Urmitra);
- d. Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Subbid PID), terdiri atas:
 - 1. Urusan pengumpulan dan pengolahan informasi dan dokumentasi (Urpullahinfodok);
 - 2. Urusan Peliputan, Produksi, dan Dokumentasi (Urlipprodok); dan
 - 3. Urusan Analisis dan Evaluasi (Uranev);
- e. Subbidang Multi Media (Subbidmulmed), terdiri atas:
 - 1. Urusan Produksi Kreatif (Urprodukkreatif);
 - 2. Urusan Pemantauan dan Analisa (Urpemanalis); dan
 - 3. Urusan Diseminasi Info Digital (Urdisindig).

portal.divkum.polri.go.id



Gambar 3. 3 Struktur Humas Polda Jatim

Sumber : (Polda Jatim, 2024)

3.4 Arti Logo

Makna lambang yang di gunakan dalam akun instagram Humas Polda Jatim merupakan lambang dari POLRI yang digunakan oleh seluruh divisi humas Polisi yang ada diseluruh Indonesia. Tentunya logo tersebut memiliki makna yang terkandung dari penggunaan warna, bentuk, dan gambar yang ada pada logo tersebut. Berikut merupakan makna lambang tersebut diantaranya:

- a. Lingkaran luar berwarna hitam dengan tulisan "objektif," "dipercaya," dan "partisipasi" dalam warna putih merupakan semboyan Humas Polri. Ini melambangkan kemampuan Humas Polri untuk menyampaikan informasi secara objektif, yang bertujuan membentuk opini dan citra positif terhadap institusi Polri, serta membangun kepercayaan masyarakat untuk mendorong partisipasi mereka dalam melaksanakan tugas Kepolisian sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan publik.

- b. Lingkaran dalam berwarna merah putih melambangkan Bendera Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam konteks kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, interaksi dengan lingkungan harus terus dilakukan sambil tetap waspada terhadap propaganda lawan, guna mewujudkan kesatuan wilayah, bangsa, dan keamanan demi menjaga keutuhan NKRI.
- c. Garis tengah berwarna hitam melambangkan garis Khatulistiwa yang menjadi lokasi Negara Kesatuan Republik Indonesia. Indonesia sebagai negara kepulauan yang terletak di antara dua samudera dan dua benua memiliki posisi yang strategis.
- d. Tiga bintang segi lima berwarna putih melambangkan Bintang Segi Lima yang menunjukkan kelima sila Pancasila sebagai dasar NKRI. Ketiga bintang tersebut juga mencerminkan Humas Polri dalam menjalankan tugasnya dengan berpedoman pada "Tribrata" secara tulus dan ikhlas.
- e. Tameng berwarna hitam melambangkan pengabdian Humas Polri dalam memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat melalui informasi dan publikasi yang objektif.
- f. Tulisan Humas Polri berwarna kuning melambangkan pentingnya fungsi Humas Polri dalam memasyarakatkan kinerja Polri.
- g. Obor berwarna putih melambangkan penyampaian informasi dan penerangan secara cepat, benar, tepat, dan akurat. Ini memberikan informasi mengenai tugas mulia Polri dalam memelihara Kamtibmas serta

penegakan hukum melalui perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.

- h. Lidah api berwarna merah melambangkan bahwa "Catur Prasetya" dijadikan sebagai pedoman kerja dalam bidang kehumasan.
- i. Lingkaran bola dunia berwarna biru laut melambangkan era globalisasi yang ditandai oleh transparansi, kebebasan, demokrasi, penghormatan terhadap Hak Asasi Manusia, serta pemeliharaan lingkungan hidup. Dalam menjalankan tugasnya, Humas Polri harus mampu memberikan dan menetralkan informasi yang dapat mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara baik di tingkat internasional, regional, maupun nasional, khususnya yang berkaitan dengan keamanan dan budaya patuh hukum.
- j. Enam sinar api berwarna kuning melambangkan kegiatan fungsi Humas Polri dalam membentuk opini positif untuk menciptakan citra Polri yang baik. Ini mencakup perencanaan kegiatan Humas Polri untuk mencapai tujuan organisasi, penyelenggaraan kerja sama dengan media massa untuk menginformasikan, mengkomunikasikan, dan mempublikasikan keberhasilan kinerja Polri. Selain itu, juga menjalin kemitraan dengan instansi terkait, LSM, cendekiawan, organisasi politik (Orpol), dan organisasi masyarakat (Ormas). Fungsi ini juga termasuk memberikan informasi dan penerangan kepada personel Polri serta menganalisis dan mengevaluasi informasi serta berita dari media massa serta opini yang berkembang di masyarakat. Dokumentasi kegiatan Polri baik operasional maupun pembinaan juga dilakukan dalam bentuk VCD dan foto.

- k. Satu obor berwarna putih, tujuh sinar obor berwarna oranye, empat cincin obor berwarna hitam, dan enam sinar obor berwarna kuning melambangkan Hari Bhayangkara pada 1 Juli 1946.
- l. Tiang obor dan nyala obor melambangkan pemberian penyuluhan dan penerangan serta penyadaran hati nurani masyarakat agar selalu sadar dan patuh hukum guna menciptakan kondisi Kamtibmas yang mantap. (Tri Brata News, 2021).



Gambar 3. 4 Logo Humas Polri

Sumber : Akun Instagram @humaspoldajatim

3.5 Tugas dan Fungsi

Bidhumas bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat (Humas) di tingkat Polda, mengelola informasi, menyajikan data, serta mendokumentasikan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Selain itu, Bidhumas juga melaksanakan kerja sama dan melakukan analisis evaluasi (Anev) terhadap kegiatan tugasnya, oleh karena itu Bidhumas memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi dan informasi di

lingkungan Polri. Dalam menjalankan tugasnya, Bidhumas menyelenggarakan beberapa fungsi, antara lain:

- a. Penyusunan rencana kerja dan anggaran, pengelolaan serta pembinaan manajemen personel dan logistik, administrasi dan tata usaha, serta pengelolaan keuangan;
- b. Pembinaan terhadap kegiatan Humas yang dilakukan di lingkungan Polda;
- c. Penerangan umum untuk membangun opini dan kontra opini agar tercipta situasi Kamtibmas yang aman;
- d. Penerangan satuan yang mencakup penyampaian informasi kepada unit internal melalui lembar Pensat, majalah, leaflet, booklet, poster, dan media lainnya;
- e. Perumusan, persiapan, dan pelaksanaan kerja sama dengan mitra terkait di bidang Humas;
- f. Pengelolaan informasi dan dokumentasi (PID), serta pelayanan publik melalui portal website Divhumas Polri;
- g. Pengelolaan isu krisis di media baik digital maupun elektronik, serta penyebaran atau diseminasi informasi digital melalui platform online dan media sosial;
- h. Pelaksanaan kegiatan komunikasi digital dan elektronik, pemantauan media, serta pengelolaan isu krisis di media cetak dan digital;
- i. Pemantauan dan evaluasi program yang dilaksanakan oleh Bidhumas.

Subbagrenmin memiliki tanggung jawab untuk menyusun rencana kerja dan anggaran, serta mengelola dan membina manajemen personel dan logistik. Selain itu, mereka juga melaksanakan pembinaan fungsi, mengelola keuangan, dan menyediakan pelayanan administrasi serta ketatausahaan di lingkungan Bidhumas. Dalam menjalankan tugasnya, Subbagrenmin melaksanakan fungsi-fungsi berikut:

- a. Penyusunan dokumen perencanaan dan anggaran mencakup berbagai dokumen seperti Renstra, Rancangan Renja, Renja, RKA-K/L, DIPA, Perjanjian Kinerja, LKIP, LRA, SMAP, IKU dan IKK, Hibah, evaluasi kinerja, pelaksanaan RBP, PID, serta Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) untuk satuan kerja. Selain itu, juga melibatkan pengarahan dan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan dan anggaran.
- b. Pemeliharaan dan administrasi personel dilakukan untuk memastikan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif.
- c. Pengelolaan logistik serta penyusunan laporan SIMAK-BMN juga merupakan bagian penting dari tugas ini.
- d. Pelayanan fungsi keuangan mencakup berbagai aspek seperti pembiayaan, pengendalian keuangan, pembukuan, akuntansi, serta penyusunan laporan Satuan Akuntansi Instansi (SAI) dan pertanggungjawaban keuangan.
- e. Terakhir, pelayanan administrasi dan ketatausahaan juga menjadi bagian dari tanggung jawab dalam menjalankan fungsi-fungsi tersebut.

Dalam menjalankan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya, Subbagrenmin memiliki divisi-divisi yang mendukung pelaksanaan tugas tersebut agar dapat berjalan sesuai dengan tanggung jawabnya. Berikut adalah divisi-divisi yang membantu pekerjaannya:

- a. Urren bertanggung jawab untuk menyusun dokumen seperti Renstra, Rancangan Renja, Renja, RKA-K/L, DIPA, Perjanjian Kinerja, LKIP, LRA, SMAP, IKU, dan IKK, serta Hibah, evaluasi kinerja, pelaksanaan RBP, PID, dan SPIP untuk satuan kerja.
- b. Urmintu memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan kegiatan administrasi terkait personel dan logistik, serta pelaksanaan administrasi dan ketatausahaan.
- c. Di sisi lain, Urkeu memiliki tugas untuk menyediakan layanan terkait keuangan.

Subbidpenmas bertugas untuk melaksanakan penerangan umum dan penerangan satuan, yang mencakup pengelolaan dan penyampaian informasi. Tugas ini juga melibatkan pembentukan kerja sama dan kemitraan dengan media massa serta elemen-elemen terkait. Dalam menjalankan tanggung jawabnya, Subbidpenmas melaksanakan berbagai fungsi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan penerangan umum dan penerangan satuan, serta mengelola dan menyampaikan informasi di lingkungan Polda.
- b. Merencanakan dan melaksanakan kolaborasi serta kemitraan dengan media massa dan elemen-elemen terkait.

Dalam melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawab diatas Subbidpenmas memiliki divisi yang membantu dalam melaksanakan tugas tersebut agar berjalan sesuai dengan tanggungjawabnya, berikut adalah divisi yang membantu pekerjaanya diantaranya:

- a. Urpenum bertanggung jawab untuk melaksanakan penerangan umum.
- b. Urpensat memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan penerangan satuan.
- c. Urmitra bertugas untuk mengelola kolaborasi dan kemitraan dengan media massa serta elemen-elemen terkait.

Subbid PID memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data serta informasi, termasuk dokumentasi yang mendukung pelaksanaan informasi baik di tingkat internal maupun eksternal Polri. Dalam melaksanakan tugasnya, Subbid PID menyelenggarakan fungsi-fungsi berikut:

- a. Pengumpulan dan pengolahan data serta penyajian informasi dan dokumentasi dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam bidang Keterbukaan Informasi Publik (KIP).
- b. Peliputan, produksi, dan dokumentasi terkait kegiatan Polda.
- c. Pengumpulan hasil peliputan serta penyajian informasi tentang kegiatan Polda yang dapat diakses oleh masyarakat.

- d. Analisis dan perumusan data yang termasuk dalam kategori informasi yang dikecualikan, serta penyusunan jadwal untuk uji konsekuensi.
- e. Menerima pengaduan dari pemohon informasi publik mengenai keberatan yang diajukan, menyelesaikan sengketa informasi publik melalui Komisi Informasi Daerah, serta memberikan hak jawab kepada pihak lain sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

Dalam melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawab diatas Subbid PID memiliki divisi yang membantu dalam melaksanakan tugas tersebut agar berjalan sesuai dengan tanggungjawabnya, berikut adalah divisi yang membantu pekerjaanya diantaranya:

- a. Urpullahinfodok bertugas mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data serta informasi dan dokumentasi, baik untuk material subbid multimedia maupun untuk portal/jaringan dan media Humas.
- b. Urlipprodok bertanggung jawab untuk melaksanakan peliputan, produksi, dan dokumentasi.
- c. Uranev bertugas menganalisis dan merumuskan data yang termasuk dalam klasifikasi informasi yang dikecualikan, serta menyusun jadwal uji konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Selain itu, uranalisis juga menangani penerimaan pengaduan dan penyelesaian sengketa informasi publik.

Subbidmulmed bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan komunikasi digital dan elektronik, meningkatkan sumber daya teknologi

informasi, serta melakukan produksi, analisis, dan pengembangan multimedia. Tidak hanya itu, mereka juga melakukan pemantauan media dan pengelolaan isu krisis baik di media digital maupun elektronik, serta menyebarkan atau mendiseminasikan informasi digital melalui media online dan sosial untuk menciptakan saluran komunikasi yang efektif dan kreatif. Dalam menjalankannya, Subdivisi Multimedia (Subbidmulmed) melaksanakan fungsi-fungsi berikut:

- a. Menyusun rencana atau desain kreatif untuk program Polri dalam format visual, audio visual, dan naskah iklan, serta memberikan arahan dan panduan untuk materi produksi, memilih media periklanan, dan menjadwalkan penayangan pesan di media yang telah ditentukan.
- b. Melakukan evaluasi dan pemantauan terhadap semua media serta pengelolaan media untuk mendukung pelaksanaan tugas Polri.
- c. Merencanakan dan melaksanakan kegiatan penyebaran informasi digital untuk membentuk opini publik serta kontra opini melalui media sosial dan online demi mendukung pelaksanaan tugas Polri.

Dalam melaksanakan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawab diatas Subbidmulmed memiliki divisi yang membantu dalam melaksanakan tugas tersebut agar berjalan sesuai dengan tanggungjawabnya, berikut adalah divisi yang membantu pekerjaanya diantaranya:

- a. Urprodukkreatif memiliki tanggung jawab untuk membangun citra Polri dengan menciptakan tulisan, caption, storyboard, dan produk

multimedia lainnya yang inovatif dan menginspirasi, serta mengumpulkan cerita-cerita menarik dari polisi di seluruh Indonesia untuk divisualisasikan.

- b. Urpemanalis bertugas untuk melakukan analisis, evaluasi, dan pemantauan semua media, serta mengelola media guna mendukung pelaksanaan tugas Polri.
- c. Urdisindig bertanggung jawab untuk menyebarkan program kampanye digital Polri dengan menekankan aspek humanis di platform *online* dan media sosial (Polda Jatim, 2024).

3.6 VISI MISI

3.6.1 VISI

Terwujudnya struktur Humas Polri yang profesional, bermoral, dan modern dalam bidang kehumasan untuk membangun objektivitas, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat.

3.6.2 MISI

Berdasarkan visi yang telah ditetapkan, misi Humas Polda Jatim dijabarkan untuk mencerminkan koridor tugas sebagai berikut:

1. Membangun kemampuan kehumasan personel Polri melalui pengembangan sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta sistem dan anggaran untuk mendukung *Front Office* Polri.

2. Membangun kolaborasi dengan berbagai komponen masyarakat dan aktor komunikasi.
3. Mencari, mengumpulkan, mengolah, mendistribusikan, dan menyimpan informasi serta data secara komprehensif, cepat, tepat, dan akurat melalui jaringan yang terbuka dan mudah diakses oleh masyarakat untuk menciptakan komunikasi dua arah.
4. Memberikan dukungan terhadap kegiatan dan operasi Kepolisian.
5. Mempersiapkan Polri untuk memenuhi kewajiban dalam memberikan pelayanan informasi publik sesuai dengan UU Keterbukaan Informasi Publik (KIP), sehingga implementasi Humas Polri sebagai *Front Office* perlu segera dilaksanakan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari sumber daya manusia, fasilitas berbasis teknologi informasi, sistem dan metode yang tepat, serta anggaran yang memadai.
6. Mengembangkan sistem pelayanan informasi publik yang berkaitan dengan Kepolisian Republik Indonesia sesuai dengan Undang-Undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
7. Meningkatkan mutu sistem penyediaan dan pelayanan informasi publik.

8. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia untuk mewujudkan aksesibilitas masyarakat terhadap informasi publik (Humas Polri, 2024).

BAB IV

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tahap observasi terhadap Humas Polda Jatim. Hasil observasi pertama yang diperoleh oleh peneliti akan dibagi menjadi beberapa bagian dibawah. Mengenai strategi yang diterapkan oleh Humas Polda Jatim dalam menjaga citra di masyarakat. Humas bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi positif mengenai suatu lembaga, organisasi, perusahaan, atau produknya di kalangan segmen masyarakat. Kegiatan Humas, baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, memiliki dampak signifikan terhadap masa depan organisasi, lembaga, perusahaan, atau produk tersebut. Dalam pembahasan ini adapun hasil wawancara dengan Bripda Elvaretta sebagai pengelola akun instagram @humaspoldajatim, yang dimana wawancara tersebut menggunakan teori manajemen citra yaitu *image creation*, *image maintenance*, *image restoration*.

4.1 Strategi Humas Polda Jatim Menciptakan Citra Positif

4.1.1 Efektivitas Konten Media Sosial

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti pertama-tama mengajukan pertanyaan kepada narasumber dari pihak Humas Polda Jatim, yaitu Bripda Elvaretta mengenai cara Humas Polda Jatim menciptakan citra / *image* positif terhadap masyarakat.

“Jadi Humas Polda Jatim lebih fokus pada pengunggahan konten di media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Setiap kali ada anggota polisi yang berbuat baik, tindakan tersebut segera diunggah untuk menunjukkan sisi positif kepolisian.”

Misalnya, saat ada untkap kasus, Humas Polda Jatim akan cepat merespons dengan konten mitigasi yang relevan. Penggunaan media sosial ini bertujuan untuk mempromosikan prestasi polisi dan menciptakan narasi positif yang dapat mengimbangi berita negatif. Konten yang diunggah mencakup berbagai aktivitas kepolisian, seperti penanganan kasus kriminal dan kegiatan sosial, untuk menciptakan citra positif institusi di mata masyarakat”

Dengan memanfaatkan platform media sosial, Humas Polda Jatim tidak hanya ingin meningkatkan citra kepolisian, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Konten yang diunggah mencakup berbagai aktivitas kepolisian, seperti penanganan kasus kriminal dan kegiatan sosial. Ini menunjukkan bahwa Polri berkomitmen untuk melayani masyarakat dan terlibat dalam kegiatan yang bermanfaat bagi komunitas.

Humas Polda Jatim juga melakukan analisis terhadap setiap postingan untuk mengevaluasi dampak dari konten yang diunggah. Dengan cara ini, mereka dapat mengidentifikasi jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian publik dan meningkatkan interaksi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dapat mencapai tujuannya secara optimal. Dengan sering mengunggah konten yang seperti itu secara perlahan pihak Humas Polda Jatim telah melakukan upaya untuk menciptakan positif pada lembaganya.

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai Humas Polda Jatim memanfaatkan media sosial instagram dalam upaya

menciptakan citra positif, Konten jenis apa yang paling efektif dalam menarik perhatian publik.

“Kalau kontennya yang efektif itu biasanya ya himbauan-himbau keselamatan lalu lintas itu terus juga kayak penerimaan polri gitu, itu penerimaan itu tinggi engagementnya selalu tinggi jumlah viewers, likes, and share. Sama kayak waktu itu pihak Polda Jatim mengadakan lomba turnamen Mobile Legends yang diadakan oleh Ditresnarkoba itu tinggi banget engagement masyarakat dalam postingan tersebut”

Dengan mengunggah konten-konten yang relevan dan menarik, Humas Polda Jatim tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keselamatan lalu lintas dan penerimaan anggota Polri, tetapi juga memperkuat citra positif institusi kepolisian secara keseluruhan. Ini penting dalam konteks membangun hubungan yang lebih baik antara polisi dan masyarakat, serta mengurangi stigma negatif yang mungkin ada terhadap kepolisian.



Gambar 4. 1 Himbauan tentang Operasi Lilin Semeru

Sumber: Akun Instagram Humas Polda Jatim

Konten Operasi Lilin yang di unggah untuk memberi informasi masyarakat merupakan salah satu konten yang efektif dengan memiliki engagement dengan jumlah tinggi yaitu di antaranya seperti konten himbauan keselamatan dalam berkendara. Namun konten penerimaan anggota baru, serta konten seperti lomba turnamen *e-sports* tidak kalah menarik perhatian dari masyarakat. Secara keseluruhan, konten-konten tersebut memiliki daya tarik yang kuat karena relevansinya dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, kemampuan untuk membangun komunitas, serta potensi untuk memberikan informasi yang bermanfaat. Hal ini menjadikan mereka sebagai alat yang efektif untuk menjaga interaksi positif antara institusi kepolisian dan publik.

4.1.2 Kampanye PR dengan Melibatkan Masyarakat

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu tentang kegiatan kampanye PR dari Polda Jatim untuk meningkatkan citra positif Polri.

“Kalau kita itu agendanya ngumpulin netizen. Jadi kita itu kayak merangkul netizen biar gimana caranya meluruskan. Maksudnya netizen ini ayo kita Polri itu seperti ini dengan menunjukkan transparansi dalam institusi ini. Terutama tentang hoax jadi kita memberi tau dan menekankan kepada masyarakat agar saring dulu sebelum sharing agar netizen kita semakin cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial”

Kampanye PR yang dilakukan oleh Humas Polda Jatim untuk meningkatkan citra positif polisi mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan untuk lebih mendekatkan diri kepada netizen dan masyarakat luas. Salah satu fokus utama dari kampanye ini adalah memberikan

himbauan terkait banyaknya berita *hoax* yang beredar di media sosial. Dalam konteks ini, Humas Polda Jatim berupaya untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial. Mereka mendorong masyarakat untuk memfilter informasi yang diterima dan melakukan verifikasi terhadap kebenaran berita. Melalui tindakan tersebut, Humas Polda Jatim berusaha tidak hanya untuk melawan berita *hoax* tetapi juga untuk membangun citra positif polisi sebagai institusi yang transparan, responsif, dan peduli terhadap masyarakat.

Dengan cara ini, Humas Polda Jatim dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan tanggung jawab mereka dalam menggunakan media sosial. Menciptakan komunitas netizen yang lebih cerdas dan bijak dalam berinteraksi di dunia maya. Melalui berbagai kampanye edukasi, diskusi *online*, dan interaksi langsung, Humas Polda Jatim berupaya membangun kepercayaan antara kepolisian dan masyarakat, serta menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan informatif. Dengan demikian, kami tidak hanya berfungsi sebagai penegak hukum, tetapi juga sebagai mitra dalam membangun kesadaran sosial yang positif di era digital ini.

4.2 Strategi Humas Polda Jatim Menjaga Citra Positif

4.2.1 Pengembangan Kapasitas Personel Kehumasan

Dalam upaya menjaga citra positif, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai Hal apa saja yang dilakukan untuk dapat menjaga citra positif polisi terhadap masyarakat yang telah ada.

“Kalau dari pihak Humas Polda Jatim lebih berfokus untuk membuat konten-konten untuk meningkatkan citra seperti polisi baik serta program-program atau aktivitas yang dilakukan oleh seluruh jajaran polisi, itu sangat berpengaruh dalam menjaga citra positif. Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat”

Dalam konteks ini Humas Polda Jatim lebih berfokus pada pembuatan konten-konten yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif kepolisian, dengan menonjolkan aksi-aksi baik dari anggota polisi serta program-program atau aktivitas yang dilakukan oleh seluruh jajaran kepolisian. Pendekatan ini sangat berpengaruh dalam menjaga citra positif Polri di mata masyarakat, terutama dalam menghadapi tantangan berita negatif yang sering kali muncul di media sosial. Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat mengenai peran dan fungsi kepolisian. Konten-konten ini dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan publik, sehingga masyarakat dapat lebih memahami dan menghargai tugas-tugas kepolisian. Dengan demikian, upaya Humas Polda Jatim dalam menciptakan konten yang informatif dan edukatif sangat penting untuk

membangun citra positif institusi kepolisian. Hal ini tidak hanya membantu mengurangi stigma negatif terhadap Polri tetapi juga memperkuat hubungan antara polisi dan masyarakat, menciptakan lingkungan yang lebih aman dan harmonis bagi semua pihak.

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu adakah pelatihan atau pengembangan kapasitas bagi personel Humas untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan publik?

“Tya ada, namanya kegiatan e-learning yang dilaksanakan untuk seluruh personel Polri wajib melakukan kegiatan kehumasan bukan hanya humas saja. e-learning yang dilakukan yaitu pembelajaran untuk semua personel agar melaksanakan tugas dan pokok yang benar dimana hal itu juga menjadi kegiatan kehumasan. Setelah kegiatan e-learning maka akan dilaksanakannya kegiatan pre-test dan pos-test untuk menguji apakah anggota tersebut telah mempelajari dan memahami dengan seksama dari kegiatan e-learning”

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan seluruh personel Polri dapat lebih siap dalam menjalankan tugas mereka di lapangan, terutama dalam berinteraksi dengan masyarakat dan media. Hal ini juga menjadi langkah strategis dalam meningkatkan profesionalisme dan kompetensi anggota Polri dalam bidang kehumasan, sehingga dapat memperkuat hubungan antara kepolisian dan masyarakat serta membangun citra positif institusi secara keseluruhan.

4.2.2 Evaluasi Efektivitas Strategi Kehumasan

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu Bagaimana Anda menilai efektivitas strategi yang diterapkan dalam menjaga citra

positif polisi. Apa indikator keberhasilan yang digunakan untuk mengevaluasi dampak dari kegiatan Humas.

“Jadi setiap bulan kami itu ada kegiatan ANEV (analisis dan evaluasi) sama pimpinan jadi dilihat dari engagement terus dari ranking laporan-laporan yang kita kirim ke Mabes Polri, Polda Jatim itu ranking berapa? Itu terus engagementnya itu terjadi kenaikan atau penurunan yang dilihat pada setiap postingan yang telah di upload, begitu pula followersnya naik atau turun. Setelah kita kirim laporan ke Mabes hasil dan perolehan rangkingnya sama Polda di wilayah lain Polda Jatim ada pada rangking kedua nah dari situ kegiatan analisis dan evaluasi dilakukan agar Polda Jatim mendapatkan rangking pertama di antara polda yang lainnya”

Dalam kegiatan ini, fokus utama Humas Polda Jatim adalah menganalisis tingkat *engagement* dari konten yang diunggah serta ranking laporan-laporan yang dikirimkan ke Mabes Polri. Tim Humas secara rutin memantau peringkat Polda Jatim dalam konteks keseluruhan, termasuk perbandingan dengan polda lain di Indonesia. Hal ini mencakup analisis apakah *engagement* mengalami kenaikan atau penurunan berdasarkan interaksi yang terjadi pada setiap postingan, serta perubahan jumlah *followers* dari waktu ke waktu. Dengan memahami elemen-elemen yang berkontribusi terhadap kinerja, Humas Polda Jatim dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan *engagement* dan mencapai peringkat pertama di antara polda lainnya.



Gambar 4. 2 Kegiatan ANEV (Analisis dan Evaluasi)

Sumber: Akun Instagram Humas Polda Jatim

Kegiatan ANEV (Analisis dan Evaluasi) yang dilaksanakan oleh Humas Polda Jatim mencakup diskusi mendalam mengenai konten-konten yang paling berhasil dalam menarik perhatian masyarakat, serta metode penyampaian informasi yang paling efektif. Dalam setiap sesi ANEV, anggota tim Humas bersama pimpinan menganalisis data engagement yang diperoleh dari berbagai postingan di media sosial, termasuk jumlah *likes*, *shares*, dan *comments*. Dengan pendekatan berbasis data ini, Humas Polda Jatim berupaya untuk tidak hanya meningkatkan kualitas konten yang diunggah tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat.

Kegiatan ANEV ini juga berfungsi sebagai platform untuk berbagi pengalaman antar anggota tim. Diskusi ini tidak hanya terbatas pada analisis konten, tetapi juga mencakup pengembangan keterampilan komunikasi dan teknik penyampaian informasi yang lebih

baik. Dengan meningkatkan kemampuan anggota dalam menyampaikan pesan secara jelas dan menarik, diharapkan citra positif kepolisian dapat semakin terbangun di mata publik.

4.2.3 Rencana Jangka Panjang untuk Memperkuat Citra Positif

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu Rencana atau langkah-langkah yang akan diambil jangka panjang untuk memperkuat citra positif polisi di masa depan?

“Kalau untuk jangka Panjang kita belum ada sih, namun kita ada program 100 hari Asta Cita polri yang dimana program tersebut dibuat oleh Pak Prabowo presiden kita itu yang jarak dekatnya. Kalau yang jangka Panjang kita mengikuti arahan dari pimpinan. Untuk 100 hari ini itu Polri fokus ke bidang pertanian, pangan, perikanan, peternakan, seperti itu untuk fokus dalam membantu program Pak Prabowo. Ada juga rencana dekat lainnya seperti memberantas jaringan Judi Online, TPPO, dan kasus-kasus narkoba”

Dalam konteks ini, Polri berperan aktif dalam mendukung program pemerintah yang lebih luas melalui program program 100 Hari Asta Cita Polri yang dirancang untuk mendukung visi Presiden Prabowo Subianto, mengingat pentingnya kontribusi kepolisian dalam pembangunan nasional. Program ini berfokus pada berbagai bidang strategis, termasuk pertanian, pangan, perikanan, dan peternakan, dengan tujuan untuk membantu mencapai ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Program 100 Hari Asta Cita juga mencakup upaya pemberantasan kejahatan, termasuk judi online dan narkoba, yang dianggap sebagai ancaman serius bagi stabilitas sosial dan ekonomi.

Dengan penegakan hukum yang tegas dan kolaborasi dengan berbagai pihak, Polri berupaya menciptakan lingkungan yang aman dan kondusif bagi masyarakat. Secara keseluruhan, Program 100 Hari Asta Cita Polri merupakan langkah strategis yang diharapkan dapat meningkatkan citra Polri di mata publik dan menjadikan institusi kepolisian sebagai mitra yang dapat diandalkan dalam pembangunan bangsa. Melalui kolaborasi dengan berbagai pihak dan pendekatan yang menyeluruh, upaya ini akan memperkuat posisi Polri sebagai institusi yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan mampu berkontribusi dalam menciptakan Indonesia yang lebih baik.

4.2.4 Kendala dalam Menjaga Citra Positif

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu Apa saja kendala yang pernah terkait proses menjaga citra positif?

“Kalau untuk kendala yang menjadi hambatan untuk menjaga citra positif disini ada dari kendala dari faktor internal dan eksternal. Kalau faktor internalnya sendiri itu seperti ada oknum yang menyalahgunakan hak sebagai anggota polisi dengan memanfaatkan atau mengatasnamakan polisi untuk kepentingan pribadinya yang merugikan institusi dan orang lain, kalau dari faktor eksternal kayak eningkatnya penyebaran berita palsu yang menjadi tantangan besar dalam menjaga citra positif di mata publik”

Dalam upaya menjaga citra positif Polri, terdapat berbagai kendala yang berasal dari faktor internal dan eksternal. Dari sisi faktor internal, salah satu tantangan utama adalah adanya oknum anggota polisi yang menyalahgunakan wewenang mereka. Tindakan tidak etis seperti ini dapat menciptakan persepsi negatif terhadap

seluruh institusi kepolisian, mengaburkan upaya positif yang telah dilakukan oleh banyak anggota polisi lainnya yang berkomitmen untuk menjalankan tugas mereka dengan integritas. Sementara itu, dari faktor eksternal, tantangan yang signifikan adalah meningkatnya penyebaran berita palsu atau hoaks. Di era digital saat ini, informasi dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial dan platform online lainnya, sering kali tanpa verifikasi yang memadai. Berita-berita palsu ini dapat dengan mudah menciptakan kebingungan dan ketidakpercayaan di kalangan masyarakat terhadap Polri. Ketika berita negatif atau tidak akurat menyebar, citra positif yang telah dibangun dengan susah payah dapat runtuh dalam sekejap.

Oleh karena itu, sangat penting bagi Humas Polda Jatim untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap dinamika yang terjadi di masyarakat. Hal ini mencakup upaya untuk melakukan klarifikasi secara cepat terhadap informasi yang salah atau menyesatkan yang mungkin beredar di publik. Selain itu, Humas juga perlu meningkatkan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya, agar masyarakat lebih bijak dalam menerima dan menyebarkan berita. Dengan demikian, meskipun ada kendala dari faktor internal seperti masalah organisasi dan faktor eksternal seperti opini publik yang negatif, Polri tetap dapat berupaya untuk

memperbaiki dan mempertahankan citra positif di mata publik. Langkah-langkah ini tidak hanya akan membantu dalam mengatasi isu-isu yang ada, tetapi juga akan membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses komunikasi ini menjadi kunci untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara polisi dan publik. Dengan strategi komunikasi yang tepat, Humas Polda Jatim dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan dapat dipercaya, sehingga masyarakat merasa lebih aman dan teredukasi mengenai peran kepolisian dalam menjaga keamanan dan ketertiban. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada upaya Polri dalam menciptakan citra positif yang kuat di mata masyarakat luas.

4.3 Strategi Humas Polda Jatim Memperbaiki Citra

4.3.1 Upaya Merespons Isu atau Berita Negatif

Dalam upaya memperbaiki citra positif karena terpaan beberapa berita negatif, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai Tindakan apa yang dilakukan jikalau ada isu atau berita negatif pada polisi untuk mengembalikan atau memperbaiki sesuatu ke kondisi semula? Sebelum adanya berita negatif atau isu tersebut.

“Kalau ada berita negatif kita lakukan klarifikasi selanjutnya melakukan mitigasi dan kita koordinasi dengan pihak-pihak yang

bersangkutan dengan isu yang sedang terjadi. Misalnya terjadi pada Polres A kita tanya nih bagaimana klarifikasi sebenarnya kayak gimana nih kejadiannya setelah itu kita tumpuk dengan konten-konten kebaikan Polri dalam upaya mengembalikan citra yang terganggu dengan berita negatif”

Dalam menanggapi berita negatif yang dapat mengganggu citra positif Polri, Humas Polda Jatim mengambil langkah proaktif untuk melakukan upaya klarifikasi. Mereka mengumpulkan dan menyusun berbagai konten positif tentang Polri dengan tujuan untuk membantu mengembalikan citra yang mungkin terganggu akibat isu-isu negatif tersebut. Konten yang disusun ini bisa berupa laporan tentang kegiatan sosial yang dilakukan oleh kepolisian, prestasi anggota polisi dalam menjalankan tugasnya, atau inisiatif baru yang menunjukkan komitmen Polri terhadap pelayanan masyarakat yang lebih baik. Dengan menonjolkan sisi baik dari institusi kepolisian, diharapkan dapat tercipta keseimbangan dalam narasi publik dan memperbaiki persepsi masyarakat terhadap Polri. Melalui strategi komunikasi yang efektif, Humas Polda Jatim berupaya untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya memahami konteks informasi sebelum menyebarkannya.

Dengan melakukan klarifikasi secara proaktif dan menyampaikan informasi yang benar, Humas Polda Jatim berusaha untuk mengurangi potensi misinformasi dan hoaks yang dapat merugikan citra Polri. Selain itu, upaya ini juga bertujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian, sehingga masyarakat dapat melihat bahwa Polri tidak hanya berfokus

pada penegakan hukum tetapi juga berkomitmen untuk menjadi mitra yang baik bagi masyarakat. Dengan pendekatan ini, Humas Polda Jatim berharap dapat menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara polisi dan publik serta meningkatkan dukungan masyarakat terhadap berbagai program dan kegiatan kepolisian.

4.3.2 Transparansi dan Akuntabilitas dalam Penindakan

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan bagaimana Humas Polda Jatim dalam menanggapi oknum yang mengganggu citra positif polisi, seperti kasus salah satu oknum yang menembak pelajar smk hingga tewas yang di Semarang, bagaimana upaya pihak humas polda jatim untuk memperbaiki citra positif? bahwasanya semua polisi tidak seperti kasus yang terjadi di semarang tersebut.

“Iya itu kan oknum ya, kayak gitu itu tadi oknum jadi seperti apa yang dikatakan oleh Pak Prabowo dan Pak Kapolri itu oknum-oknum kayak gitu itu harus segera di berantas dan harus di tegaskan kalau memang mengharuskan untuk dihukum ya harus dihukum sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh oknum tersebut tanpa memandang siapa dia. Selanjutnya, untuk meredakan berita atau isu negatif yang muncul akibat tindakan oknum tersebut, kami berupaya menumpuk informasi dengan konten-konten positif tentang "Polisi Baik" dengan tujuan memberikan informasi bahwa tidak semua polisi melanggar hukum seperti itu, yang melanggar hukum dan kode etik adalah seorang oknum”

Upaya yang dilakukan untuk meredakan berita atau isu negatif yang muncul akibat tindakan oknum tersebut, tindakan yang dipilih Humas Polda Jatim adalah menumpuk informasi dengan konten-konten positif tentang "Polisi Baik." Konten-konten ini bertujuan untuk

memberikan gambaran bahwa tidak semua anggota kepolisian bertindak melanggar hukum; banyak dari mereka yang menjalankan tugas dengan baik dan berkomitmen untuk melayani masyarakat. Humas Polda Jatim ingin masyarakat memahami bahwa pelanggaran yang dilakukan oleh segelintir oknum tidak mencerminkan keseluruhan institusi Polri.

Terkait dengan oknum yang melanggar tersebut Polri menerapkan transparansi dan akuntabilitas dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, setiap langkah yang diambil untuk menindak oknum pelanggar hukum akan dipublikasikan secara terbuka agar masyarakat mengetahui bahwa Polri serius dalam memberantas tindakan tidak etis di dalam institusi. Hal yang dilakukan ini dapat memperkuat hubungan antara Polri dan masyarakat serta menunjukkan bahwa kami tetap berkomitmen untuk menjalankan tugas sebagai pelindung dan pengayom masyarakat, Polri tidak hanya berfungsi sebagai penegak hukum tetapi juga sebagai mitra masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang aman dan harmonis.

4.3.3 Strategi Komunikasi Humas dalam Merespons Berita Negatif

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai strategi komunikasi yang diterapkan untuk merespons berita negatif tersebut.

“Itu biasanya Pak Kabidhumas pimpinan kita itu mengadakan Doorstop. Doorstop sendiri merupakan bentuk press release yang bersifat mendadak, di mana jurnalis dapat langsung mencegat narasumber untuk mendapatkan informasi terkini. Dalam kegiatan

Doorstop ini, Pak Kabidhumas akan langsung melakukan klarifikasi dan menjelaskan kronologi kejadian dengan jelas, termasuk tindakan dan upaya yang telah dilakukan terkait kasus yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam setiap sesi Doorstop, kami berkomitmen untuk menyampaikan fakta-fakta yang relevan dan memberikan konteks yang diperlukan agar masyarakat dapat memahami situasi dengan lebih baik”

Strategi yang digunakan oleh pihak Humas Polda Jatim dalam menanggapi berita negatif adalah dengan mengadakan kegiatan yang dikenal sebagai *Doorstop*. Dengan menerapkan metode komunikasi seperti *Doorstop*, Humas Polda Jatim berupaya untuk menjaga citra positif Polri di tengah tantangan berita negatif yang sering kali muncul di masyarakat. Melalui kegiatan ini, Humas Polda Jatim berkomitmen untuk memberikan penjelasan langsung kepada media dan masyarakat mengenai isu-isu yang beredar, sehingga dapat mengurangi kesalahpahaman dan mencegah penyebaran informasi yang tidak akurat. Humas Polda Jatim yakin bahwa keterbukaan dalam menyampaikan informasi adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan media. Selain itu, kegiatan *Doorstop* ini juga menunjukkan bahwa Polri siap bertanggung jawab atas setiap tindakan anggotanya, serta memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertanya dan mendapatkan klarifikasi secara langsung. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat menciptakan lingkungan yang lebih informatif dan saling percaya antara kepolisian dan masyarakat. Kegiatan *Doorstop* bukan hanya sekadar menjawab berita negatif, tetapi juga merupakan sarana untuk memperkuat komunikasi dua arah,

di mana masyarakat dapat merasa terlibat dan memiliki suara dalam proses penyampaian informasi. Dengan demikian, Humas Polda Jatim berupaya untuk tidak hanya merespons isu negatif, tetapi juga membangun citra positif yang lebih kuat melalui interaksi yang konstruktif dengan publik.



Gambar 4. 3 Kegiatan *Doorstop* Kabidhumas Polda Jatim

Sumber: Akun Instagram Humas Polda Jatim

Pada gambar di atas merupakan kegiatan *Doorstop* dengan memberikan informasi dan *update* terkait penanganan pidana pengancaman melalui sosial media, dengan menyampaikan pasal yang akan dikenakan kepada tersangka adalah pasal 29 UU ITE, dengan ancaman 4 tahun penjara atau denda paling banyak 750 juta rupiah. *Doorstop* sendiri merupakan bentuk *press release* yang bersifat mendadak, di mana jurnalis dapat langsung mencegat narasumber untuk mendapatkan informasi terkini. Kegiatan ini sangat efektif dalam situasi di mana informasi cepat dan akurat diperlukan untuk meredakan

isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan ini, Humas Polda Jatim berusaha untuk memberikan informasi yang transparan dan akuntabel kepada masyarakat serta media, sehingga dapat mengurangi spekulasi masyarakat yang beredar.

Selain itu, *Doorstop* juga memberikan kesempatan bagi jurnalis untuk mengajukan pertanyaan secara langsung, sehingga mereka dapat mendapatkan jawaban yang memadai dan tepat waktu dari pihak kepolisian. Ini tidak hanya meningkatkan hubungan antara Polri dan media, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

4.3.4 Pelibatan Masyarakat dalam Pemulihan Citra

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu Apakah ada upaya untuk melibatkan masyarakat dalam proses pemulihan citra? Jika iya, bagaimana cara Anda melakukannya?

“Melibatkan masyarakat merupakan salah satu strategi penting yang kami terapkan, di mana kami berusaha untuk terjun langsung dan mendekati diri kepada mereka. Salah satu bentuk keterlibatan ini adalah melalui kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) yang kami laksanakan. Dalam program ini, kami melakukan berbagai kegiatan bakti sosial yang bertujuan untuk memberikan bantuan langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dan tentunya untuk memulihkan citra polisi”

Melalui kegiatan CSR, Humas Polda Jatim berkomitmen untuk tidak hanya menjadi penegak hukum tetapi juga mitra dalam pembangunan sosial. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan

citra Polri di mata masyarakat dan menunjukkan bahwa kami selalu siap untuk melayani dan melindungi masyarakat dengan sepenuh hati. Adanya keterlibatan berbagai pihak dalam pelaksanaan program CSR ini, termasuk organisasi non-pemerintah, perusahaan swasta, dan komunitas lokal. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan program kami tetapi juga memperkuat sinergi antara Polri dan berbagai elemen masyarakat. Selain itu, keterlibatan dalam kegiatan CSR juga memberikan kesempatan bagi anggota Polri untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat.

4.3.5 Rencana Jangka Panjang untuk Memperbaiki Citra Polri

Selanjutnya, peneliti mengajukan pertanyaan yaitu Apakah ada rencana jangka panjang untuk memperbaiki citra Polri secara keseluruhan setelah menghadapi isu negatif? Jika ada, apa saja inisiatif atau program yang direncanakan?

“Iya, kami memiliki program yang disebut Beyond Trust, yang dirancang khusus untuk memperbaiki citra Polri. Program ini merupakan langkah strategis yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian di seluruh Indonesia. Intinya, setiap anggota polisi diharapkan untuk berperan aktif dalam upaya ini, karena menjaga dan meningkatkan citra Polri adalah tanggung jawab bersama”

Dalam pelaksanaannya, program *Beyond Trust* mencakup berbagai kebijakan dan kegiatan yang dirancang untuk mendukung delapan misi Asta Cita yang dicanangkan oleh pemerintah. Ini termasuk pengembangan sumber daya manusia, penerapan sistem kepolisian berbasis digital, serta peningkatan pelayanan publik yang lebih

responsif dan humanis. Melalui program ini, Polri berkomitmen untuk tidak hanya menegakkan hukum tetapi juga untuk melayani masyarakat dengan lebih baik, sehingga masyarakat merasa lebih dekat dan percaya kepada institusi kepolisian.

Program atau rencana yang disebut *Beyond Trust* merupakan inisiatif yang dirancang khusus untuk memperbaiki citra Polri di mata masyarakat. Program ini merupakan langkah strategis yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian di seluruh Indonesia. Dengan mengedepankan prinsip transparansi dan akuntabilitas, setiap anggota polisi diharapkan untuk berperan aktif dalam upaya ini, karena menjaga dan meningkatkan citra Polri adalah tanggung jawab bersama.

Beyond Trust juga bertujuan untuk menciptakan suasana kondusif di masyarakat dengan melibatkan berbagai elemen, termasuk organisasi non-pemerintah dan komunitas lokal. Kegiatan-kegiatan seperti bakti sosial, penyuluhan hukum, dan program-program edukatif akan dilaksanakan untuk menjangkau masyarakat secara langsung. Dengan cara ini, Polri berharap dapat menunjukkan bahwa keberadaan mereka bukan hanya sebagai penegak hukum, tetapi juga sebagai mitra dalam pembangunan sosial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Polda Jatim telah menerapkan berbagai strategi untuk menciptakan, menjaga, dan memperbaiki citra Polri di mata masyarakat. Melalui observasi dan wawancara dengan narasumber, terungkap bahwa Humas Polda Jatim berfokus pada pengembangan konten positif di media sosial, yang bertujuan untuk menciptakan persepsi baik mengenai institusi kepolisian. Dengan memanfaatkan platform media sosial, Humas tidak hanya mempromosikan prestasi anggota polisi, tetapi juga berupaya membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

Program-program seperti CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan kampanye PR yang melibatkan masyarakat menjadi bagian integral dalam strategi ini. Humas Polda Jatim juga aktif dalam menangkal berita negatif melalui klarifikasi dan penyebaran informasi yang transparan, serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Kegiatan analisis dan evaluasi (ANEV) dilakukan secara rutin untuk mengukur efektivitas konten yang diunggah, sehingga strategi komunikasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan respons masyarakat.

Program *Beyond Trust* merupakan inisiatif strategis jangka panjang yang dirancang untuk memperbaiki citra Polri dengan menekankan pentingnya

transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat. Melalui pendekatan yang inklusif dan proaktif, Humas Polda Jatim berkomitmen untuk tidak hanya menjalankan fungsi sebagai penegak hukum, tetapi juga berperan sebagai mitra dalam pembangunan sosial. Upaya ini bertujuan untuk membangun kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian, mengurangi stigma negatif yang ada, serta menciptakan lingkungan yang lebih aman dan harmonis bagi seluruh lapisan masyarakat.

Melalui program-program tersebut, Humas Polda Jatim tidak hanya berusaha untuk memperbaiki citra institusi tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam hubungan antara kepolisian dan masyarakat. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat dalam kegiatan CSR dan kampanye edukasi, Polri menunjukkan komitmennya untuk menjadi bagian dari solusi terhadap permasalahan sosial yang ada. Ini merupakan langkah penting dalam membangun citra Polri sebagai institusi yang responsif dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga citra positif kepolisian yaitu terletak pada strategi komunikasi yang efektif dan keterlibatan aktif dengan masyarakat adalah kunci dalam menjaga dan meningkatkan citra positif Polri. Dengan terus beradaptasi terhadap perubahan dinamika sosial dan kebutuhan publik, Humas Polda Jatim dapat memastikan bahwa institusi kepolisian tetap relevan dan dipercaya oleh masyarakat di era digital ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan efektivitas strategi Humas Polda Jatim dalam menjaga dan memperbaiki citra Polri di mata masyarakat:

1. Pengembangan Konten yang Lebih Varian dalam artian Humas Polda Jatim disarankan untuk memperluas jenis konten yang diunggah di media sosial, termasuk video edukasi, infografis, dan cerita inspiratif dari anggota polisi. Konten yang beragam dapat menarik perhatian lebih banyak audiens dan meningkatkan engagement.
2. Peningkatan Keterlibatan Masyarakat, untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat, Humas Polda Jatim dapat mengadakan lebih banyak kegiatan interaktif, seperti forum diskusi atau acara komunitas. Kegiatan ini tidak hanya akan memperkuat hubungan dengan publik tetapi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan masukan langsung kepada kepolisian.
3. Edukasi tentang Media Sosial mengingat pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya, Humas Polda Jatim sebaiknya melanjutkan kampanye edukasi tentang penggunaan media sosial yang bijak. Ini bisa dilakukan melalui seminar, workshop, atau konten digital yang mengajarkan masyarakat cara mengenali berita hoax dan pentingnya sumber informasi yang terpercaya.

4. Monitoring dan Evaluasi yang Lebih Mendalam, selain melakukan analisis dan evaluasi (ANEV) secara rutin, Humas Polda Jatim perlu mengembangkan sistem monitoring yang lebih canggih untuk mengukur dampak dari setiap kampanye komunikasi. Penggunaan alat analitik dapat membantu dalam memahami tren dan preferensi audiens secara lebih mendalam.
5. Transparansi dalam Penanganan Isu Negatif untuk menghadapi berita negatif atau isu yang merugikan citra Polri, Humas Polda Jatim harus terus menekankan pentingnya transparansi. Memastikan bahwa setiap langkah yang diambil untuk menangani isu tersebut diinformasikan kepada publik akan membantu membangun kepercayaan dan menunjukkan komitmen Polri terhadap akuntabilitas.
6. Kolaborasi dengan Berbagai Pihak, mengingat kompleksitas tantangan yang dihadapi, Humas Polda Jatim disarankan untuk menjalin kerja sama lebih erat dengan organisasi non-pemerintah, media massa, dan komunitas lokal. Kolaborasi ini dapat memperkuat pesan-pesan positif dan memperluas jangkauan program-program CSR serta kampanye PR.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, Humas Polda Jatim diharapkan dapat lebih efektif dalam menjaga citra positif Polri, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta menciptakan lingkungan yang aman dan harmonis bagi semua lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aisy, R., & Yoedtadi, M. G. (2022). Peran Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Membangun Citra Positif Polisi Melalui Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 1(2), 377. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15723>
- Akbar Ginting, M., Rizal Saragih, Y., & Rohani, L. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Polsek Delitua. *Communication & Social Media*, 1(2), 57–62. <https://doi.org/10.57251/csm.v1i2.349>
- Azzahrah, F. (2024). *STRATEGI HUMAS LEMBAGA KEPOLISIAN RESOR (POLRES) KOTA PALOPO DALAM MENGELOLA KRISIS PUBLIK*.
- Balqis, Y. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN*. 33(1), 1–12.
- Budianto, E. E. (2022, April 11). *Viral Polisi Pukuli Sopir Truk di Jombang*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6028068/viral-polisi-pukuli-sopir-truk-di-jombang>
- Chairunnisa, D. L. (2023). *PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN TENTANG KEPOLISIAN TERHADAP CITRA POLRI. (Studi Followers Akun @radarlampungonline)*.
- Citra Ari, R. (2021). *PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA*.
- Darojati Sanyoto, W. (2021). *TUGAS DAN WEWENANG POLRI DALAM MENJAGA KEAMANAN MASYARAKAT KABUPATEN SEMARANG SESUAI UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 2 TAHUN 2002*.
- Faisal, A. (2023a). *STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM (UMMAT) DALAM MENJAGA CITRA KAMPUS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Faisal, A. (2023b). *STRATEGI HUMAS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM (UMMAT) DALAM MENJAGA CITRA KAMPUS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Ginting, A. (2021). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Polsek Delitua*.

- Ginting Akbar, M. (2021). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Polsek Delitua.*
- Ginting, M. A., Saragih, Y. R., & Rohani, L. (2021). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Polsek Delitua.*
- Hardiansyah, A. (2023). *STRATEGI PENGELOLAAN INSTAGRAM HUMAS PEMERINTAH SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG KABUPATEN SUMEDANG.*
- Hasan Aji, M. (2023). *OPTIMALISASI MEDIA HUMAS POLRES PONOROGO DALAM MEMBANGUN CITRA KEPOLISIAN.*
- Humas Polri. (2024). *Visi & Misi Divisi Humas Polri.*
- Istya, A. (2022). *PERAN HUMAS POLRES PONOROGO DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF KEPOLISIAN DI PONOROGO.*
- Lusiana, E. (2023). *STRATEGI HUMAS POLRES KARANGANYAR DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF DI BIDANG PELAYANAN MASYARAKAT.*
- Massey, J. E. (2016a). A Theory of Organizational Image Management: Antecedents, Processes & Outcomes A THEORY OF ORGANIZATIONAL IMAGE MANAGEMENT. *International Journal of Management and Applied Science*, 1(2), 2394–7926. <https://www.researchgate.net/publication/267302399>
- Massey, J. E. (2016b). A Theory of Organizational Image Management: Antecedents, Processes & Outcomes A THEORY OF ORGANIZATIONAL IMAGE MANAGEMENT. *International Journal of Management and Applied Science*, 1(2), 2394–7926. <https://www.researchgate.net/publication/267302399>
- Nurbaiti, K. (2023a). *STRATEGI KOMUNIKASI ORANGTUA DALAM MEMBATASI PENGGUNAAN PONSEL ANAK DI DESA HARGOMULYO SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR.*
- Nurbaiti, K. (2023b). *STRATEGI KOMUNIKASI ORANGTUA DALAM MEMBATASI PENGGUNAAN PONSEL ANAK DI DESA HARGOMULYO SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR.*
- Oktafan, I. R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLSEK GUNTUR DALAM MENJAGA CITRA INSTITUSI.*

- POLDA JATIM. (2024). *PERATURAN KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 14 TAHUN 2018 TENTANG SUSUNAN ORGANISASI DAN TATA KERJA KEPOLISIAN DAERAH*. <https://www.ditreskrimsuspoldajatim.com/3d-flip-book/susunan-organisasi-dan-tata-kerja-polda/>
- Rusli, I. (2023). *FUNGSI PUBLIC RELATION POLRESTABES MAKASSAR DALAM MEMBANGUN CITRA POLISI*.
- Sholihah, A. A. (2023). *STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HUMAS FORUM GENRE KABUPATEN BOGOR (Studi Kasus Program Pemilihan Duta Genre Kabupaten Bogor tahun 2022)*.
- Sintia, D. (2021). *STRATEGI HUMAS POLDA RIAU DALAM MENGAMPANYEKAN APLIKASI LANCANG KUNING SEBAGAI MEDIA INFORMASI KEBAKARAN HUTAN DAN LAHAN (KARHUTLA)*.
- Tri Brata News. (2021, October 23). *Tahukah Kamu Arti Logo Divisi Humas Polri*. <https://tribratanews.polri.go.id/blog/nasional-3/tahukah-kamu-arti-logo-divisi-humas-polri-21370>

LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA DALAM PENELITIAN

“STRATEGI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENJAGA CITRA

POSITIF POLISI MELALUI AKUN INSTAGRAM

@HUMASPOLDAJATIM”

DRAFT PERTANYAAN

1. Bagaimana cara humas polda jatim menciptakan citra/image positif terhadap masyarakat?
2. Bagaimana Humas Polda Jatim memanfaatkan media sosial dalam upaya menciptakan citra positif? Konten jenis apa yang paling efektif dalam menarik perhatian publik?
3. Apakah ada kegiatan kampanye PR (*Public Relations*) dari Polda Jatim untuk meningkatkan citra positif polri?
4. Hal apa saja yang dilakukan untuk dapat menjaga citra positif polisi terhadap masyarakat yang telah ada?
5. Adakah pelatihan atau pengembangan kapasitas bagi personel Humas untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan publik?
6. Bagaimana Anda menilai efektivitas strategi yang diterapkan dalam menjaga citra positif polisi? Apa indikator keberhasilan yang digunakan untuk mengevaluasi dampak dari kegiatan Humas?
7. Rencana atau langkah-langkah yang akan diambil jangka panjang untuk memperkuat citra positif polisi di masa depan?
8. Apa saja kendala yang pernah terkait proses menjaga citra positif?

9. Tindakan apa yang dilakukan jikalau ada isu atau berita negatif pada polisi untuk mengembalikan atau memperbaiki sesuatu ke kondisi semula? Sebelum adanya berita negatif atau isu tersebut
10. Dalam menanggapi oknum yang mengganggu citra positif polisi, seperti kasus salah satu oknum yang menembak pelajar SMK hingga tewas yang di Semarang, bagaimana upaya pihak humas polda jatim untuk memperbaiki citra positif? bahwasanya semua polisi tidak seperti kasus yang terjadi di Semarang tersebut.
11. Apa strategi komunikasi yang diterapkan untuk merespons berita negatif tersebut?
12. Apakah ada upaya untuk melibatkan masyarakat dalam proses pemulihan citra? Jika ya, bagaimana cara Anda melakukannya?
13. Apakah ada rencana jangka panjang untuk memperbaiki citra Polri secara keseluruhan setelah menghadapi isu negatif? Jika ada, apa saja inisiatif atau program yang direncanakan?

DRAFT JAWABAN

1. Jadi Humas Polda Jatim lebih fokus pada pengunggahan konten di media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Setiap kali ada anggota polisi yang berbuat baik, tindakan tersebut segera diunggah untuk menunjukkan sisi positif kepolisian. Misalnya, saat ada uncap kasus, Humas Polda Jatim akan cepat merespons dengan konten mitigasi yang relevan. Penggunaan media sosial ini bertujuan untuk mempromosikan prestasi polisi dan menciptakan narasi positif yang dapat mengimbangi berita negatif. Konten yang diunggah mencakup berbagai aktivitas kepolisian, seperti penanganan kasus kriminal dan kegiatan sosial, untuk menciptakan citra positif institusi di mata masyarakat.

2. Kalau kontennya yang efektif itu biasanya ya himbauan-himbauan keselamatan lalu lintas itu terus juga kayak penerimaan polri gitu, itu penerimaan itu tinggi engagementnya selalu tinggi jumlah *viewers, likes, and share*. Sama kayak waktu itu pihak Polda Jatim mengadakan lomba turnamen *Mobile Legends* yang diadakan oleh Ditresnarkoba itu tinggi banget engagement masyarakat dalam postingan tersebut.
3. Kalau kita itu agendanya ngumpulin netizen. Jadi kita itu kayak merangkul netizen biar gimana caranya meluruskan. Maksudnya netizen ini ayo kita Polri itu seperti ini dengan menunjukkan transparansi dalam institusi ini. Terutama tentang *hoax* jadi kita memberi tau dan menekankan kepada masyarakat agar saring dulu sebelum *sharing* agar netizen kita semakin cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial.
4. Kalau dari pihak Humas Polda Jatim lebih berfokus untuk membuat konten-konten untuk meningkatkan citra seperti polisi baik serta program-program atau aktivitas yang dilakukan oleh seluruh jajaran polisi, itu sangat berpengaruh dalam menjaga citra positif. Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi masyarakat.
5. Iya ada, namanya kegiatan *e-learning* yang dilaksanakan untuk seluruh personel Polri wajib melakukan kegiatan kehumasan bukan hanya humas saja. *e-learning* yang dilakukan yaitu pembelajaran untuk semua personel agar melaksanakan tugas dan pokok yang benar dimana hal itu juga menjadi kegiatan kehumasan. Setelah kegiatan *e-learning* maka akan dilaksanakannya kegiatan *pre-test* dan *pos-test* untuk menguji apakah anggota tersebut telah mempelajari dan memahami dengan seksama dari kegiatan *e-learning*.

6. Jadi setiap bulan kami itu ada kegiatan ANEV (analisis dan evaluasi) sama pimpinan jadi dilihat dari engagement terus dari ranking laporan-laporan yang kita kirim ke Mabes Polri, Polda Jatim itu ranking berapa? Itu terus engagementnya itu terjadi kenaikan atau penurunan yang dilihat pada setiap postingan yang telah di upload, begitu pula followersnya naik atau turun. Setelah kita kirim laporan ke Mabes hasil dan perolehan rangkingnya sama Polda di wilayah lain Polda Jatim ada pada rangking kedua nah dari situ kegiatan analisis dan evaluasi dilakukan agar Polda Jatim mendapatkan rangking pertama di antara polda yang lainnya.
7. Kalau untuk jangka Panjang kita belum ada sih, namun kita ada program 100 hari Asta Cita polri yang dimana program tersebut dibuat oleh Pak Prabowo presiden kita itu yang jarak dekatnya. Kalau yang jangka Panjang kita mengikuti arahan dari pimpinan. Untuk 100 hari ini itu Polri fokus ke bidang pertanian, pangan, perikanan, perternakan, seperti itu untuk fokus dalam membantu program Pak Prabowo. Ada juga rencana dekat lainnya seperti memberantas jaringan Judi Online, TPPO, dan kasus-kasus narkoba.
8. Kalau untuk kendala yang menjadi hambatan untuk menjaga citra positif disini ada dari kendala dari faktor internal dan eksternal. Kalau faktor internalnya sendiri itu seperti ada oknum yang menyalahgunakan hak sebagai anggota polisi dengan memanfaatkan atau mengatasnamakan polisi untuk kepentingan pribadinya yang merugikan institusi dan orang lain, kalau dari faktor eksternal kayak eningkatnya penyebaran berita palsu yang menjadi tantangan besar dalam menjaga citra positif di mata publik.
9. Kalau ada berita negatif kita lakukan klarifikasi selanjutnya melakukan mitigasi dan kita koordinasi dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan isu yang sedang terjadi. Misalnya terjadi pada Polres A kita tanya

nih bagaimana klarifikasi sebenarnya kayak gimana nih kejadiannya setelah itu kita tumpuk dengan konten-konten kebaikan Polri dalam upaya mengembalikan citra yang terganggu dengan berita negatif.

10. Iya itu kan oknum ya, kayak gitu itu tadi oknum jadi seperti apa yang dikatakan oleh Pak Prabowo dan Pak Kapolri itu oknum-oknum kayak gitu itu harus segera di berantas dan harus di tegaskan kalau memang mengharuskan untuk dihukum ya harus dihukum sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh oknum tersebut tanpa memandang siapa dia. Selanjutnya, untuk meredakan berita atau isu negatif yang muncul akibat tindakan oknum tersebut, kami berupaya menumpuk informasi dengan konten-konten positif tentang .Polisi Baik. dengan tujuan memberikan informasi bahwa tidak semua polisi melanggar hukum seperti itu, yang melanggar hukum dan kode etik adalah seorang oknum.

11. Itu biasanya Pak Kabidhumas pimpinan kita itu mengadakan *Doorstop*. *Doorstop* sendiri merupakan bentuk *press release* yang bersifat mendadak, di mana jurnalis dapat langsung mencegat narasumber untuk mendapatkan informasi terkini. Dalam kegiatan *Doorstop* ini, Pak Kabidhumas akan langsung melakukan klarifikasi dan menjelaskan kronologi kejadian dengan jelas, termasuk tindakan dan upaya yang telah dilakukan terkait kasus yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam setiap sesi *Doorstop*, kami berkomitmen untuk menyampaikan fakta-fakta yang relevan dan memberikan konteks yang diperlukan agar masyarakat dapat memahami situasi dengan lebih baik.

12. Melibatkan masyarakat merupakan salah satu strategi penting yang kami terapkan, di mana kami berusaha untuk terjun langsung dan mendekati diri kepada mereka. Salah satu bentuk keterlibatan ini adalah melalui kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang kami laksanakan. Dalam program ini, kami melakukan berbagai kegiatan bakti sosial yang

bertujuan untuk memberikan bantuan langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dan tentunya untuk memulihkan citra polisi.

13. Iya, kami memiliki program yang disebut *Beyond Trust*, yang dirancang khusus untuk memperbaiki citra Polri. Program ini merupakan langkah strategis yang diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian di seluruh Indonesia. Intinya, setiap anggota polisi diharapkan untuk berperan aktif dalam upaya ini, karena menjaga dan meningkatkan citra Polri adalah tanggung jawab bersama.

LAMPIRAN II

a. Logo Humas Polri pada Instagram Humas Polda Jatim



b. Tampilan pada Instagram Humas Polda Jatim



c. Postingan Pertama pada Instagram Humas Polda Jatim



d. Poster Himbauan Operasi Lilin Semeru 2024



e. Kegiatan Anev Operasi Mantab Brata Semeru 2023-2024



f. Kegiatan Doorstop Kabidhumas Polda Jatim dengan Awak Media



**g. Dokumentasi dengan pihak Administrator Multimedia Instagram Humas
Polda Jatim**

