

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLRES BANGKA DALAM MENSOSIALISASIKAN INFORMASI PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: *Public Relations*



Disusun oleh:

CLARISA STELLA JULIANA

07031282126186

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLRES BANGKA
DALAM MENSOSIALISASIKAN INFORMASI PUBLIK
MELALUI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**CLARISA STELLA JULIANA
07031282126186**

Pembimbing I

**Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001**



Pembimbing II

**Galih Priambodo, S. Pd., M.I.Kom
NIP. 198908312023211021**



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLRES BANGKA
DALAM MENSOSIALISASIKAN INFORMASI PUBLIK
MELALUI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

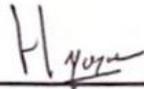
Oleh :

CLARISA STELLA JULIANA
07031282126186

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 31 Desember 2024
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

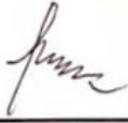
Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom.
NIP. 19790531202311004
Ketua Penguji



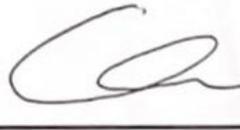
Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198802112019032011
Anggota



Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001
Anggota



Galih Priambodo, S. Pd., M.I.Kom
NIP. 198908312023211021
Anggota



Mengetahui,
Dekan FISIP UNSRI,


Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990032004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Hasni Thamrin, M.Si.
NIP 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Clarisa Stella Juliana
NIM : 07031282126186
Tempat dan Tanggal Lahir : Sungailiat, 02 Agustus 2004
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Polres Bangka Dalam Mensosialisasikan Informasi Publik Melalui Media Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya,

Yang membuat pernyataan,



Clarisa Stella Juliana

NIM 07031282126186

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Banyaklah rancangan di hati manusia, tetapi keputusan Tuhanlah yang terlaksana.”

-Amsal 19 : 21

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada Papa, Mama, Kak Lala, Abang, Kak Ais serta teman-teman penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.

ABSTRACT

This research aims to analyze the communication strategies implemented by Bangka Police Public Relations in disseminating public information through social media. With technological developments and increased use of social media, Public Relations has a strategic role in conveying information to the public quickly, transparently and effectively. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observation and document analysis. This research uses one of the theories regarding communication strategy, namely the Cultip, Center, & Broom strategy theory. The research results show that Bangka Police Public Relations implemented several strategies, including creating informative and educational content, utilizing interactive features on social media, and collaborating with external parties to increase information reach. This research contributes to an understanding of the important role of social media as a public communication tool by police institutions.

Keywords: *Communication strategy, Public Relations, Bangka Police Department, social media, public information*

Advisor 1



Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001

Advisor 2



Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom.
NIP. 198908312023211021

Head of Communication Departement



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Polres Bangka dalam mensosialisasikan informasi publik melalui media sosial. Dengan perkembangan teknologi dan peningkatan penggunaan media sosial, Humas memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, transparan, dan efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Penelitian ini menggunakan pada salah satu teori mengenai strategi komunikasi, yaitu teori strategi Cultip, Center, & Broom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polres Bangka mengimplementasikan beberapa strategi, termasuk pembuatan konten informatif dan edukatif, pemanfaatan fitur interaktif di media sosial, serta kolaborasi dengan pihak eksternal untuk meningkatkan jangkauan informasi. Penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman mengenai pentingnya peran media sosial sebagai alat komunikasi publik oleh institusi kepolisian.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, Humas, Polres Bangka, media sosial, informasi publik

Pembimbing 1



Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001

Pembimbing 2



Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom.
NIP. 198908312023211021



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas Rahmat dan KaruniaNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Humas Polres Bangka Dalam Mensosialisasikan Informasi Publik Melalui Media Sosial”** dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univeritas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan semuanya berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan perlindunganNya;
2. Papa, Mama, Kak Lala, Abang dan Kak Ais yang telah memberikan semangat, motivasi, kepercayaan dan doa selama proses penyusunan skripsi;
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya;
5. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya;
6. Ibu DR. Retna Mahriani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membimbing, memberikan arahan dan dukungan serta mengerahkan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini;
7. Bapak Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom. Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membimbing, memberikan arahan dan dukungan serta mengerahkan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini;
8. Seluruh jajaran dosen beserta staff yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan;

9. Mba Elvira Humairah selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama masa perkuliahan;
10. Bapak, Kakak, dan Abang anggota Seksi Humas Polres Bangka yang telah membantu penulis selama mengumpulkan data;
11. Teman-teman grup Badut, yaitu Caleb, Ferdy, Abet, Pajrin dan Rahel yang banyak menemani, mendengarkan keluh kesah, dan selalu mendukung penulis selama masa perkuliahan;
12. Teman baik penulis, Vinata, Cinta, Natashya, Carissa, Lydia, Aul, Rere, Nadya, dan teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah menemani dari awal hingga akhir masa perkuliahan;
13. Keluarga besar UKM Videografi Unsri khususnya Generasi 9 yang sudah memberikan banyak pengalaman, kesempatan, dan menjadi tempat bertumbuh dari awal hingga akhir masa perkuliahan;
14. Dan tak lupa kepada diri sendiri yang telah banyak berjuang dan melalui banyak hal sehingga mampu berada di titik ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi, maka dari itu penulis sangat terbuka dan menghargai kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan bermanfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi pembaca yang berkepentingan.

Indralaya, 31 Desember 2024



Clarisa Stella Juliana

NIM 07031282126186

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	II
PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.2 Komunikasi Strategis	16
2.3 Strategi Komunikasi	17
2.4 Humas.....	18
2.5 Informasi Publik	19
2.6 Media Sosial	20
2.7 Teori yang digunakan.....	21
2.8 Kerangka Teori.....	21
2.9 Kerangka Pemikiran	24

2.10	Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Desain Penelitian	28
3.2	Definisi Konsep	29
3.3	Fokus Penelitian	30
3.4	Unit Analisis.....	33
3.4.1	Unit Analisis	33
3.4.2	Unit Observasi.....	33
3.5	Informan Penelitian	33
3.5.1	Informan Utama	35
3.5.2	Informan Pendukung.....	36
3.6	Data dan Sumber Data.....	37
3.6.1	Data	37
3.6.2	Sumber Data.....	37
3.7	Teknik Pengumpulan Data	38
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	40
3.8	Teknik Analisis Data	41
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		44
4.1	Sejarah Singkat.....	44
4.2	Visi dan Misi	46
4.3	Logo Instansi	47
4.4	Struktur Organisasi.....	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
5.1	Karakteristik Informan	53
5.2	Analisis Dimensi	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		82
6.1	Kesimpulan.....	82
6.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		88

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3 1 Fokus Penelitian.....	31
Tabel 5 1 Karakteristik Informan Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Pengguna Media Sosial Bulan Maret 2024	4
Gambar 1 2 Postingan akun Instagram Humas Polres Bangka terkait penyebaran informasi publik	5
Gambar 1 3 profile akun instagram @Humas_polresbangka	9
Gambar 1 4 perbandingan <i>respon</i> pada postingan Instagram Humas Polres Bangka.....	10
Gambar 1 5 Postingan yang menggunakan fitur <i>collab</i>	11
Gambar 1 6 keaktifan Instagram <i>story</i> akun @Humas_polresbangka selama 4 bulan terakhir	13
Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4 1 Logo TIK dan PATAKA.....	47
Gambar 4 2 Struktur Organisasi Polres Bangka	49
Gambar 5 1 Postingan Akun @humas_polresbangka	64
Gambar 5 2 Postingan Program Police Goes to School.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations atau Humas memiliki peran yang cukup besar bagi suatu perusahaan atau instansi, hal ini dikarenakan seorang humas merupakan garda terdepan dalam menjaga dan membangun reputasi perusahaan di mata publik. Baik buruknya citra perusahaan merupakan tanggung jawab seorang humas. Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* (PR) adalah bidang yang fokus pada pengelolaan komunikasi antara suatu organisasi dengan publiknya. Tugas utama humas adalah menciptakan dan memelihara citra positif organisasi melalui berbagai strategi komunikasi. Hal ini termasuk mengelola hubungan media, menulis siaran pers, mengatur acara internal, dan berinteraksi dengan komunitas dan pelanggan. Humas juga berperan dalam merespons krisis secara efektif guna menjaga kepercayaan masyarakat terhadap organisasi. Dengan berkembangnya teknologi dan media sosial, peran Humas semakin berkembang dan dinamis. Humas yang modern harus mampu berkomunikasi langsung dengan masyarakat melalui platform digital. Hal ini mencakup pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan pemantauan sentimen publik secara *real time*.

Oleh karena itu, humas tidak hanya berperan sebagai jembatan antara organisasi dan media, namun juga antara organisasi dan khalayak yang lebih luas melalui berbagai saluran komunikasi digital. Selain itu, Humas juga berperan dalam membangun dan menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal seperti karyawan, pelanggan, investor, dan

mitra bisnis. Keterampilan analitis yang kuat diperlukan untuk memahami kebutuhan dan harapan berbagai pihak dan mengembangkan strategi komunikasi yang tepat. Dengan pendekatan yang tepat, humas dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas organisasi, yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Frank Jefkins mendefinisikan humas sebagai suatu bentuk komunikasi internal dan eksternal yang terencana antara suatu organisasi dengan seluruh kelompok sasarannya untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian. Menurut Frank Jefkins, tujuan humas adalah untuk meningkatkan citra positif organisasi dan mengurangi atau memperbaiki citra yang kurang baik atau buruk tersebut.

Dalam pelaksanaannya, *Public Relations* atau Humas sendiri memiliki beberapa peran penting, yaitu pertama sebagai pemberi penjelasan. Seorang humas yang baik harus cepat dalam mengatasi sebuah permasalahan yang ada. Menyelesaikan permasalahan, memberi saran yang tepat, serta memantau kebijakan-kebijakan yang diimplementasikan. Selanjutnya sebagai fasilitator komunikasi. Sesuai dengan namanya, peran humas adalah menjaga dan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat maupun dengan instansi atau organisasi lain. Menjaga agar komunikasi dua arah yang melibatkan masyarakat dan instansi atau organisasi lain berjalan dengan baik. Dan yang terakhir ialah sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu sebagai orang yang menjadi wadah dalam mengidentifikasi masalah yang terjadi serta mencari jalan keluar terbaik untuk masalah tersebut (Lattimore, 2010).

Pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, peran humas tidak lagi sekedar menyebarkan informasi, namun sebagai elemen strategis yang mendukung keberhasilan pelaksanaan program kepolisian. Secara khusus, hal ini membangun reputasi atau citra instansi kepolisian yang baik di masyarakat. Oleh karena itu, peran humas harus berkembang lebih aktif untuk mengumpulkan informasi dan berita-berita menyimpang yang berkembang di masyarakat, mengoreksinya berdasarkan fakta yang benar, berimbang dan proporsional, serta mencegah masyarakat disesatkan. Fokus permasalahannya adalah peran komunikasi kepolisian dalam menciptakan reputasi positif kepolisian di mata masyarakat, serta tujuan dan fungsi komunikasi kepolisian dalam menciptakan reputasi positif. Melaksanakan fungsi kehumasan atau humas memerlukan berbagai keterampilan yang handal, personel yang handal, pengawasan, koordinasi, perhatian terhadap detail, dan pelaksanaan yang profesional. Dalam pendekatan ini, humas dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, antara lain komunikasi interpersonal, komunikasi publik, komunikasi kelompok, media massa, baik media cetak maupun audiovisual, dan media baru.

Di era 4.0 ini media sosial merupakan wadah komunikasi yang paling efektif. Dengan keunggulan dapat diakses oleh semua orang, menjadikan media sosial sebagai media atau wadah yang tepat untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi. Polres Bangka dalam hal ini melihat bahwa peluang tersebut bagus untuk menyebarkan informasi tentang kepolisian secara luas. Seluruh kegiatan kepolisian khususnya pada Polres Bangka disebarkan melalui media sosial Instagram @humas_polresbangka.

Dipilihnya Instagram sebagai media sosial penyebar informasi kepolisian ke publik karena menurut data yang diperoleh salah satu website bernama Databoks per-tanggal 1 Maret 2024 kemarin, media sosial Instagram berada di posisi dua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan setelah media sosial Whatsapp. Instagram dipilih sebagai media penyebar informasi daripada Whatsapp dikarenakan Whatsapp dinilai lebih mengarah kepada pesan personal dan tidak dapat diakses oleh semua orang, sedangkan Instagram merupakan media sosial yang umum digunakan dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Menurut data yang didapat, rentang usia pengguna media sosial adalah 16 sampai 64 tahun. Hal ini membuktikan bahwa media sosial adalah wadah efektif untuk menyebarkan informasi dan dapat diakses oleh semua kalangan umur.

Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024

No.	Nama Data	Nilai
1	WhatsApp	90,9
2	Instagram	85,3
3	Facebook	81,6
4	TikTok	73,5

6 baris lainnya · 1 Mar 2024

Databoks
<https://databoks.katadata.co.id/2024/03/01/ini-medi...>

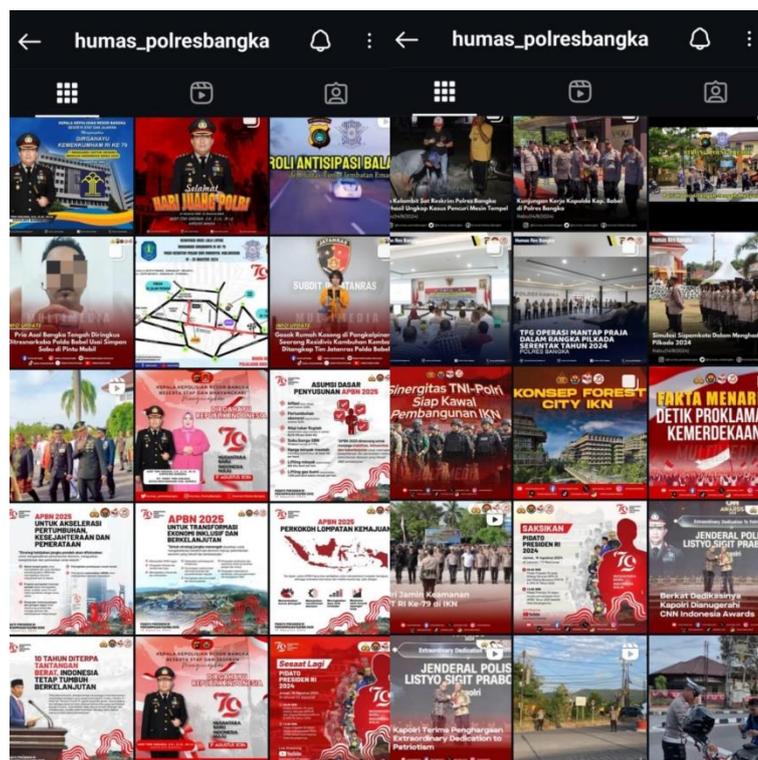
Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal ...

Tentang cuplikan pilihan · Masukan

Gambar 1 1 Data Pengguna Media Sosial Bulan Maret 2024

(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024> diakses pada 19 Agustus 2024)

Sebagai bagian dari Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), kepolisian resor atau yang akrab disebut sebagai Polres wilayah kabupaten Bangka memiliki tugas untuk memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat. Instansi kepolisian yang terdiri dari beberapa bagian di dalamnya ini mempunyai tugas pokoknya masing-masing. Adanya beberapa kegiatan besar seperti patroli razia skala besar, bakti sosial, maupun sosialisasi yang dilakukan oleh Seksi-Seksi yang dinaungi oleh Polres Bangka mengharuskan masyarakat menjadi lebih memperhatikan informasi yang disampaikan. Dalam hal ini salah satu peran Humas Polres Bangka yaitu menggunakan media sosial Instagram @humas_polresbangka sebagai media penyebaran informasi publik.



Gambar 1 2 Postingan akun Instagram Humas Polres Bangka terkait penyebaran informasi publik

(Sumber : Instagram @humas_polresbangka diakses pada 19 Agustus 2024)

Terdapat beragam informasi yang disampaikan pada akun Instagram @humas_polresbangka, mulai dari ucapan hari besar, informasi seputar lalu lintas, informasi seputar kegiatan patroli keamanan, penangkapan dan penyitaan barang bukti, dan masih banyak lagi. Informasi-informasi tersebut berasal dari seluruh divisi dan Seksi yang ada pada Polres Bangka yang kemudian dikelola oleh Seksi Humas yang kemudian disebarakan melalui akun Instagram @humas_polresbangka. Dalam penelitian ini berfokus pada penyebaran informasi mengenai ketertiban berlalu lintas masyarakat Kota Sungailiat yang disampaikan melalui Seksi Humas Polres Bangka. Program bernama *Police Goes to School* ini merupakan salah satu program pendukung dari program lain yaitu Operasi Zebra Menumbing. Melalui akun Instagram @humas_polresbangka, kegiatan Satlantas mengenai sosialisasi tentang berlalu lintas kepada para siswa/siswi baik pada jenjang SD, SMP, maupun SMA/SMK dan informasi tentang lalu lintas lainnya disebarakan kepada masyarakat. Sosialisasi ke sekolah-sekolah yang ada di Sungailiat sudah menjadi program kerja rutin dari Satlantas Polres Bangka dimana yang menjadi fokus utama dari program ini ialah keselamatan dan pengetahuan para siswa/siswi mengenai lalu lintas serta mensosialisasikan adanya razia yang dilaksanakan pada periode tersebut.

Program *Police Goes to School* bekerjasama dengan Operasi Zebra Menumbing untuk memberikan edukasi kepada generasi muda mengenai pentingnya keselamatan dan kepatuhan terhadap aturan lalu lintas. Dalam kegiatan ini, Seksi Humas Polres Bangka berperan aktif menyebarkan informasi melalui berbagai saluran media, baik cetak maupun digital, agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Dengan edukasi yang

diberikan sejak dini, siswa diharapkan dapat lebih memahami dan mematuhi peraturan lalu lintas saat mulai berkendara. Kolaborasi ini bertujuan untuk menumbuhkan budaya tertib berlalu lintas, yang pada akhirnya diharapkan dapat mengurangi jumlah pelanggaran dan kecelakaan di jalan raya.

Kesadaran akan pentingnya keselamatan berkendara bagi para siswa di wilayah Kabupaten Bangka menjadi fokus utama dari program *Police Goes to School* ini. Selain untuk mengedukasi para siswa dan guru, program ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi para orangtua yang semula tidak mengetahui apa saja persyaratan seorang siswa diperbolehkan membawa kendaraan roda dua ke sekolah menjadi paham dan mengawasi anak-anaknya. Melalui akun Instagram @humas_polresbangka program *Police Goes to School* disebarakan agar masyarakat mengetahui adanya program tersebut dan lebih peduli tentang keselamatan berlalulintas bagi anak sekolah. Diharapkan dengan adanya informasi terkait program *Police Goes to School* pada akun Instagram @humas_polresbangka ini dapat meningkatkan respon masyarakat terkait program kepolisian.

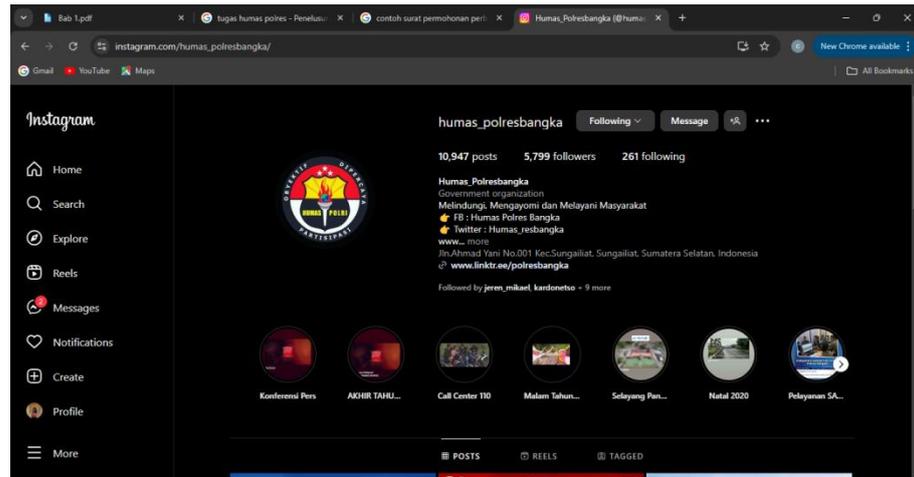
Alasan dipilihnya Polres Bangka sebagai objek penelitian dikarenakan akun Instagram @humas_polresbangka terbilang menarik dari keaktifan dan postingan jika dibandingkan dengan ke-enam Polres lain yang ada di Kepulauan Bangka Belitung, yaitu Polesta Pangkal Pinang, Polres Belitung, Polres Belitung Timur, Polres Bangka Selatan, Polres Bangka Tengah, dan Polres Bangka Barat. Keaktifan disini dinilai dari durasi postingan akun Instagram @humas_polresbangka yang memposting informasi publik dalam bentuk foto

ataupun video kurang lebih sebanyak 2 sampai 7 postingan setiap harinya dan juga Instagram *Story*.

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis menemukan adanya beberapa urgensi tentang penelitian pada Seksi Humas Polres Bangka dalam menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik.

1.1.1 Belum maksimalnya respon dari pengikut akun Instagram @humas_polresbangka

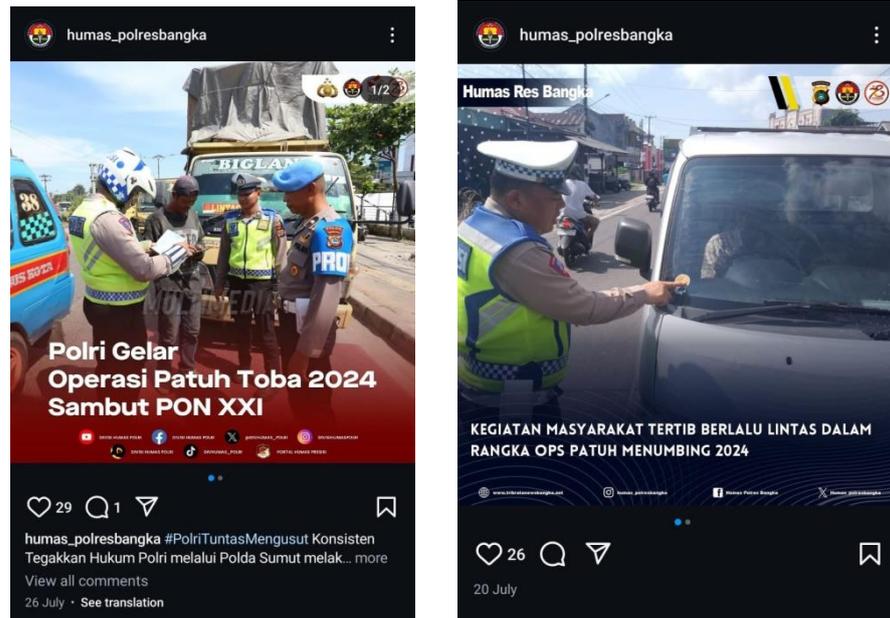
Permasalahan utama yang ditemukan peneliti ialah adanya ketidaksesuaian respon yang didapat oleh Humas Polres Bangka dalam bentuk *like*, komentar, ataupun *share* dengan jumlah pengikut akun Instagram @humas_polresbangka yang menyentuh angka 5,800 pengikut (diakses pada 19 Agustus 2024). Respon yang didapat dari setiap postingan rata-rata hanya menyentuh angka 15 sampai 30 jumlah suka atau *like*. Namun dalam beberapa postingan tidak jarang penulis mendapatkan bahwa postingan pada akun Instagram Humas Polres Bangka hanya mendapat 1 jumlah *like* saja. Postingan dalam bentuk foto maupun video yang disebarakan melalui akun Instagram @humas_polresbangka setiap harinya mendapatkan *like* kurang dari 10% jumlah followers mereka. Kurangnya respon yang didapat oleh media sosial resmi Seksi Humas Polres Bangka ini menjadi fokus peneliti untuk mengetahui permasalahan apa yang ada pada akun Instagram @humas_polresbangka itu sendiri.



Gambar 1 3 profile akun instagram @humas_polresbangka

(Sumber : Instagram @humas_polresbangka diakses pada 19 Agustus 2024)

Dapat dilihat bahwa postingan yang diunggah oleh Seksi Humas Polres Bangka pada akun Instagram @humas_polresbangka sudah cukup informatif dan menarik untuk dilihat. Dengan desain *feeds* yang *up to date* dan informatif tetap saja belum bisa mendapatkan respon yang baik. Adanya ketidaksesuaian antara jumlah pengikut dengan respon yang berupa *like*, komentar, dan *share* pada setiap postingan akun Instagram @humas_polresbangka.



Gambar 1 4 respon yang didapat oleh akun Instagram @humas_polresbangka

(Sumber : Instagram @humas_polresbangka diakses pada 22 Agustus 2024)

Kurangnya respon yang didapat menjadi tanda tanya besar dikarenakan postingan pada akun Instagram @humas_polresbangka terbilang cukup menarik. Adanya konten-konten yang menarik seputar penyuluhan maupun kegiatan Polres Bangka yang dikemas menjadi sebuah video yang menarik ternyata tidak cukup untuk menarik perhatian *followers* dan mendapatkan respon yang memuaskan.

1.1.2 Perbedaan respon yang didapat ketika melakukan *collab* postingan

Seperti yang telah dijelaskan diatas, akun Instagram Humas Polres Bangka mendapatkan respon yang dapat dikatakan rendah, namun hal tersebut berbanding terbalik dengan respon pada postingan yang menggunakan fitur *collab* antara akun Seksi Polres Bangka dengan Seksi

lain seperti akun @satlantaspolresbangka, @samapta_polres_bangka dan @humas_poldakep.babel. Postingan yang diunggah baik itu berbentuk foto maupun video mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Pada postingan yang menggunakan fitur *collab* rata-rata mendapatkan *like* berjumlah 200 yaitu 10 persen dari jumlah pengikut akun Instagram @humas_polresbangka.



Gambar 1 5 Postingan yang menggunakan fitur *collab*

(Sumber : Instagram @humas_polresbangka diakses pada 22 Agustus 2024)

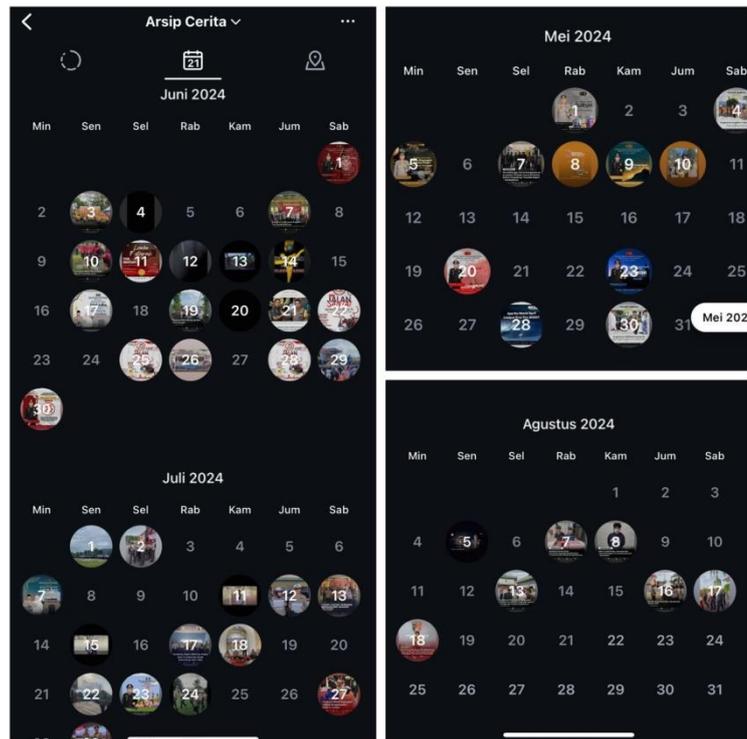
Terlihat jelas pada postingan *collab* tersebut mendapatkan respon yang cukup baik. Hal ini menjadi tanda tanya tersendiri karena ketika akun Instagram Seksi Humas Polres Bangka memposting secara mandiri respon yang didapat masih cukup sedikit walaupun kualitas postingan antara postingan mandiri dan *collab* lebih menarik kualitas postingan yang diposting secara mandiri oleh Seksi Humas Polres Bangka.

1.1.3 Kurang memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada Instagram dengan baik

Seksi Humas Polres Bangka yang berfokus pada penyebaran informasi melalui media sosial tentunya harus memikirkan bagaimana agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat secara baik. Hal ini berkaitan dengan desain yang dipilih agar terlihat menarik dan pemilihan penggunaan kata-kata pada penulisan berita singkat atau *press release*.

Di era 4.0 seperti sekarang, media sosial khususnya Instagram tidak hanya menyediakan fitur postingan berbentuk foto dan video aja melainkan banyak fitur-fitur baru seperti *live*, *story*, bahkan dapat membuat *polling* dan tanya jawab pada *story*. Hal-hal seperti ini tidak hanya membuat masyarakat menjadi lebih tertarik dengan apa yang disampaikan namun dapat menaikkan respon dan pengikut pada akun Instagram @humas_polresbangka. Harusnya Seksi Humas Polres Bangka memanfaatkan fitur media sosial Instagram ini agar informasi yang disampaikan terlihat lebih menarik.

Pentingnya menggunakan media sosial sebaik mungkin dengan mempelajari fitur-fitur terbaru yang disediakan oleh media sosial itu sendiri dapat mempermudah humas dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyebar informasi.



Gambar 1 6 keaktifan Instagram *story* akun @humas_polresbangka selama 4 bulan terakhir

(Sumber :arsip Instagram @humas_polresbangka diakses pada 22 Agustus 2024)

Dalam periode 1 Mei sampai 22 Agustus 2024, Seksi Humas Polres Bangka belum memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang ada dalam *story* Instagram. Fitur tersebut dapat menarik perhatian masyarakat yang dalam hal ini adalah pengikut akun Instagram @humas_polresbangka. Dalam fitur *story* terdapat beberapa pilihan yang dapat digunakan seperti *pooling*, *question box*, *hashtag*, *reaction*, dan *add yours*. *Story* yang diposting oleh Seksi Humas hanya sebatas memposting ulang postingan yang telah mereka posting di feeds Instagram @humas_polresbangka tanpa menambahkan fitur-fitur lain yang membuat *story* tersebut menjadi menarik.

Dalam penelitian ini menggunakan Strategi *Public Relations* Cutlip, Center, dan Brooms (2016) di mana terdiri dari empat tahapan pokok sebagai acuan kehumasan, yaitu *Defining the Problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating*, dan *Evaluating the Program*. Alasan pemilihan teori Strategi *Public Relations* Cutlip, Center, dan Broom dikarenakan teori ini relevan dengan topik penelitian penulis dan dapat menjadi acuan kehumasan pada penelitian terdahulu. Adanya keterkaitan antara teori tersebut dengan topik penelitian yang dipilih juga sebagai alasan pemilihan menggunakan teori Strategi *Public Relations* sebagai teori yang paling relevan dengan masalah penelitian yang ada. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk membahas dan mengetahui bagaimana strategi Humas Polres Bangka dengan judul penelitian **“Strategi Komunikasi Humas Polres Bangka Dalam Menyebarkan Informasi Publik Melalui Media Sosial”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, kita dapat merumuskan masalah penyelidikan ini adalah strategi humas apa yang dilakukan Polres Bangka untuk mengatasi kurangnya respon pengikut akun Instagram @humas_polresbangka?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan Humas Polres Bangka dalam meningkatkan respon dari pengikut akun Instagram @humas_polresbangka.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan dua jenis manfaat, yaitu manfaat praktis dan teoritis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan kajian kehumasan, khususnya mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Polres Bangka. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan bagi penelitian-penelitian mendatang di bidang kehumasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan saran untuk memperbaiki strategi yang digunakan oleh humas pada instansi kepolisian, yaitu Polres Bangka. Penulis juga berharap hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi pembaca dan dapat dijadikan dasar dalam pengimplementasian di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D. (2019). Fungsi Humas Desa Sebagai Pengelola Informasi Di Era Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Soshum Insentif*.
- Anang, R. (2021). *Teori Komunikasi Suatu Pengantar*. Palembang: UnsriPress.
- Ayudia, A., Administration, S. W.-J. of O., & 2021, undefined. (2021). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo.
- Creswell, J. W. (2019). Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi Keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Scott M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. (2016), *Effective Public Relations* Edisi Kesembilan Ke-5. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center. (1982). *Effective Public Relations*. Englewood Cliffs N.J. Prentice Hill Inc.
- Dr. Abdul Halik, S. M. (2014). *Filsafat Komunikasi*. Makassar: Alauddin University Press.
- Effendy, O. U. (1986). *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remadja Karya.
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*.
- Ginting, R. Y. (2021). Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing.
- Hardjana, A. (2019). *Komunikasi Organisasi Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*.
- Hidayah, J. N. (2024). Strategi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Publik Melalui KUBERSERI di Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban. *Concept : Journal of Social Humanities and Education*.
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Aspikom*.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, M. N. (2023). *Humas Strategis* .

- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintah (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintah Yang Baik. *Ilmu Komunikasi*.
- Lipschultz, J. H. (2020). *Social Media Communication : Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*.
- Maretno, S. &. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Perpustakaan . *Baitul'Ulum : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Seagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Meidiana, N. T. (2022). Akun Instagram @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*.
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Mulyadi, Y., & Darwis, Y. (2024). Strategi Humas Polisi Daerah (POLDA) Sumatra Barat Dalam Pelayanan Informasi Penerimaan Anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(3), 352-356.
- Nababan, S. (2020). Strategi Pelayanan Informasi Untuk Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations*.
- Pahleviannur, M. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Parmana, R. A. (2023). Strategi Komunikasi Humas Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat Dalam Pengelolaan Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram.
- Pratama, D. A. (2023). Strategi Komunikasi Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram. *Doctoral Dissertation IPDN*.
- Pratama, M. F. (n.d.). Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau . *Doctoral Dissertation*, 2020.
- Prisgunanto, I. (2023). Strategi Pengemasan Informasi Pada Satuan Humas: Sosialisasi di Divisi Humas Polri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kalam*, 2(4), 300-312.
- Prof. Dr. H. Suwatno, M. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*.

- Purwanza, S. W. (2022). *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Comon*.
- Radiansyah, R. R., & Sabilla, S. S. (2022). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Dalam Mengoptimalkan Informasi Publik Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(3), 79–98.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Rukin, S. P. (2021). *Metedologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakad Media Publishing.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, A. C. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messanger*.
- Sari, V. N. (2023). Pengelolaan Konten Instagram (@ppid.dprri) Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi dan Dokumentasi. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*.
- Satria, A. (2024). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Digital Public Relations. *Ragam Praktik Public Relations Dan Riset Virtual*.
- Sitepu E, Faulina. (2021). Profesional Public Relations. Medan : USU Press
- Smith, R. D. (2021). *Strategic Planning for Public Relations*.
- Sono, M. G. (2020). Kepemimpinan dan Budaya Organisasi.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Utami, N. F. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *In Bandung Conferences Series : Public Relations*.
- Wardhana, A. A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial . *Doctoral Dispertation, IAN Ponorogo*).
- Widianto, E. (2024). Adaptasi Personil Humas Pemerintah di Era Komunikasi Digital Berbasis Teknologi. *Ragam Praktik Public Relations Dan Riset Virtual*, 83.

Yoedtadi, M. G. (2022). Peran Bidhumas Polda Metro Jaya dalam Membangun Citra Positif Polisi Melalui Media Sosial Instagram. *Kiwari*, 1(2), 377-381.

Yuliana. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. *Sudut Pandang Volume 2*.