

SKRIPSI

STRATEGI DIVISI HUMAS POLDA SULSEL DALAM MEMBANGUN
CITRA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM *@polda_sulsel*



REKHA NAMIRAH VELAYATI HERMANTO

1910121080

**PROGRAM STUDI S1 KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

**STRATEGI DIVISI HUMAS POLDA SULSEL DALAM MEMBANGUN
CITRA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @polda_sulsel**



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
pada Program Ilmu Komunikasi**

REKHA NAMIRAH VELAYATI HERMANTO

1910121080

**PROGRAM STUDI S1 KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI
STRATEGI DIVISI HUMAS POLDA SULSEL DALAM
MEMPBANGUN CITRA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
@polda_sulsel

Disusun dan diajukan oleh

REKHA NAMIRAH VELAYATI
1910121080

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 5 Oktober 2023

Pembimbing



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial

Universitas Fajar



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

SKRIPSI

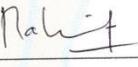
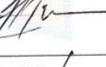
STRATEGI DIVISI HUMAS POLDA SULSEL DALAM MEMBANGUN CITRA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @POLDA_SULSEL.

disusun dan diajukan oleh

REKHA NAMIRAH VELAYATI
1910121080

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **10 Oktober 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
TIM PENGUJI

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom	Pembimbing	1. 
2.	Rahmita Saleh, S.Sos., M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Muhammad Bisyr, S.Ksi., M.I.Kom	Penguji	3. 
4.	Mariesa Giswandhani, S.Sos., M.I.Kom	Penguji	4. 

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar


Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rekha Namira Velayati

Stambuk/NIM : 1910121080

Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Dalam hal ini saya menyatakan bahwa skripsi saya, yang berjudul Strategi Divisi Humas Polda dalam Memperbaiki Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel adalah karya ilmiah saya sendiri, sejauh yang saya ketahui, tidak ada pendapat atau karya ilmiah pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas yang sama dengan skripsi saya. Kecuali jika disebutkan dengan jelas dalam sumber, kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti adanya unsur plagiasi dalam skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Makassar, 1 Oktober 2023

Yang memberi pernyataan,


Rekha Namira velayati

PRAKATA

Segala puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun peneliti menyelesaikannya dalam rentang waktu yang cukup panjang. Skripsi ini, merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam terselesaikannya proposal skripsi ini. Pertama-tama peneliti mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT. Bapak dan Ibu sebagai kedua orang tua yang telah memberikan doa dan kasih sayang, dukungan moral dan materil yang diberikan selama ini. Telah membesarkan dan mendidik peneliti sampai berada dititik ini.

Melalui kesempatan ini pula, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat, terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.SI. selaku Rektor Universitas Fajar.
2. Dr. Yusmanizar, S.Sos ., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, sekaligus selaku Penasihat Akademik peneliti.
3. Soraya Firdausy S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, sekaligus Pembimbing peneliti.
4. Indriany Resky Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Kepada teman-teman Angkatan 2019 Sasa, dan Akmal yang memberikan dukungan serta menemani peneliti dalam Menyusun Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

STRATEGI DIVISI HUMAS POLDA DALAM MEMBANGUN CITRA

MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM *@polda_sulsel*

Rekha Namirah Velayati

Soraya Firdausy

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi divisi humas polda sulsel dalam membangun citra melalui sosial media instagram *@polda_sulsel*. Konsep yang digunakan adalah Humas Polda Sulsel memanfaatkan media sosial dalam melakukan strategi dalam memperbaiki citra kepada masyarakat melalui akun resmi instagram Polda Sulsel. Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan mewawancarai dua informan, dua diantaranya merupakan Ba Multimedia bid Humas Polda Sulsel. Pengumpulan data dilakukan melalui tahap observasi, studi pustaka, analisis melalui Instagram, penelusuran melalui internet, serta dokumentasi. Analisis data meliputi tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa Strategi divisi humas polda dalam membangun citra melalui media social menggunakan teori Image Restoration berupa evasion of responsibility (strategi menghindari tanggung jawab), reducing offensiveness (strategi mengurangi serangan), corrective actions (tindakan korektif).

Kata kunci: Strategi, Divisi Humas, Membangun Citra, Medial sosial, Instagram.

ABSTRACT

STRATEGY OF THE POLDA'S PUBLIC RELATIONS DIVISION IN IMPROVING THE IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

@polda_sulsel

Rekha Namirah Velayati

Soraya Firdausy

The aim of this research is to determine the strategy of the South Sulawesi Regional Police's public relations division in building an image through the social media Instagram @polda_sulsel. The concept used is that South Sulawesi Regional Police Public Relations utilizes social media to carry out strategies to improve its image to the public through the South Sulawesi Regional Police's official Instagram account. The research method uses qualitative descriptive research by interviewing two informants, two of whom are BA Multimedia Head of Public Relations of the South Sulawesi Regional Police. Data collection was carried out through observation, literature study, analysis via Instagram, internet searches, and documentation. Data analysis includes the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. The research results describe that the regional police's public relations division's strategy in building an image through social media uses Image Restoration theory in the form of evasion of responsibility (strategy to avoid responsibility), reducing offensiveness (strategy to reduce attacks), corrective actions (corrective action).

Keywords: Strategy, Public Relations Division, Image Improvement, Social Media, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Tinjauan Konsep dan Teori	12
2.1.1 Definisi Humas	12
A. Strategi Humas	15
B. Fungsi Humas	17
C. Ruang Lingkup Humas	18
D. Analisis SWOT	19
2.1.2 Polda	23
2.1.3 Citra Lembaga	24
2.1.3 Media Sosial	26

A. Fungsi Media Sosial	26
B. Karakteristik Media Sosial	27
C. Dampak Media Sosial	28
2.1.4 Instagram	29
2.2. Landasan Teori	37
2.2.1 Teori Image Restoration.....	37
2.3. Tinjauan Empirik	40
2.4. Kerangka Berpikir	47
2.5. Definisi Operasional	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian	51
3.2. Subjek dan Objek Penelitian.....	52
3.3. Metode Pengumpulan Data	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data	54
3.5. Teknik Analisis Data	56
3.6. Pengecekan Validitas Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum	58
4.1.1 Profil dan Sejarah singkat Humas Polda Sulsel	58
4.1.2 Makna dan Lambang Polda Sulsel	59
4.1.3 Visi dan Misi Polda Sulsel	60
4.1.4 Bidang Humas Polda	61
4.1.5 Visi dan Misi Bidang Humas Polda Sulsel.....	62
4.1.6 Akun Instagram <i>@polda_sulsel</i>	63
4.3 Hasil Penelitian	66

4.3.1 Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam Membangun Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel	66
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam Membangun Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1	Akun Instagram Polda Sulsel	5
Gambar. 2	Fenomena Data yang terjadi di Polda Sulsel	6
Gambar. 3	Fenomena Data yang terjadi di Polda Sulsel	7
Gambar. 4	Memperbaiki Citra	8
Gambar. 5	Logo Polda Sulsel	69

DAFTAR TABEL

Tabel. 1	Tinjauan Empirik	37
Tabel. 2	Kerangka Berpikir	44
Tabel. 3	Informan dalam Metode Wawancara	48
Tabel. 4	Hasil analisis Strategi Divisi Humas Polda Sulsel membangun Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel	77
Tabel. 5	Hasil analisis Strategi Divisi Humas Polda Sulsel membangun Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel	79
Tabel. 6	Hasil analisis Strategi Divisi Humas Polda Sulsel membangun Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel	83
Tabel. 7	Frekuensi penggunaan Strategi Image Restoration dari ketiga postingan	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, masyarakat sudah terbiasa memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana mengakses dan menyebarkan informasi secara rutin. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai platform untuk meningkatkan persepsi positif masyarakat dan sebagai media promosi bagi entitas tertentu. Banyak lembaga pemerintah saat ini memanfaatkan peluang ini.

Media sosial berfungsi sebagai platform berharga bagi perusahaan dan organisasi pemerintah untuk memfasilitasi penyebaran dan pemasaran informasi. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh kemampuan penyampaian yang cepat dan kemampuannya untuk melibatkan dan melibatkan masyarakat. Pemanfaatan media sosial telah menunjukkan hasil yang baik. Menjamurnya platform media sosial mempunyai dampak yang signifikan terhadap fungsi dan pengaruh departemen hubungan masyarakat (PR) dalam organisasi dan perusahaan. Arti penting humas dalam suatu organisasi atau perusahaan terus berkembang karena perannya dalam menumbuhkan pemahaman dan menjembatani kepentingan organisasi atau perusahaan dengan pemangku kepentingan publiknya. Untuk secara konsisten membangun, menegakkan, dan meningkatkan persepsi positif di kalangan masyarakat umum, sangatlah penting untuk terlibat dalam beberapa upaya hubungan masyarakat.

Penelitian ini mengkaji inisiatif Humas yang dilakukan Polda Sulawesi Selatan untuk membangun reputasi organisasinya baik secara internal maupun eksternal.

Secara khusus, penelitian ini berfokus pada upaya yang dilakukan kepolisian dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan mereka, serta upaya mereka untuk mengatasi kritik masyarakat dan meningkatkan layanan di bawah standar. Tujuan akhir dari upaya ini adalah untuk menghasilkan umpan balik yang konstruktif dan menumbuhkan citra publik yang positif.

Divisi Humas Polda Sulsel bertujuan untuk mengoptimalkan efektivitas operasionalnya. Hal ini mencakup upaya untuk memberikan informasi, layanan, dan kolaborasi dengan kualitas terbaik kepada masyarakat, serta keterlibatan dengan berbagai media dan organisasi lainnya. Upaya-upaya tersebut berdampak positif dalam membangun reputasi organisasi dan menggali dukungan masyarakat.

Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan merupakan lembaga penegak hukum yang berada di bawah hukum Kepolisian Negara Republik Indonesia dan menjalankan operasionalnya di wilayah provinsi. Badan yang dimaksud juga mencakup bagian kehumasan yang bertanggung jawab atas pengelolaan, pelaporan, dan sosialisasi seluruh kebijakan dan informasi terkait Polda Sulsel. Penting bagi bagian humas kepolisian daerah untuk menyusun rencana komprehensif agar dapat menyebarkan informasi terkait kebijakan secara efektif kepada masyarakat. Untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai kebijakan yang diterapkan oleh kepolisian daerah, maka penyebaran informasi yang relevan sangatlah penting. Selain itu, implementasi rencana ini juga penting untuk menjaga persepsi positif Polda Sulsel di mata masyarakat. Langkah ini juga dapat berkontribusi dalam membangun persepsi

positif Polda Sulsel. Salah satu pendekatan potensial yang dapat digunakan adalah menjalin kemitraan dengan beragam media massa. Selain melakukan penjangkauan masyarakat secara langsung, penggunaan media massa merupakan strategi yang tepat untuk menyebarkan informasi terkait kebijakan atau pesan terkait lainnya kepada masyarakat umum. Media massa dapat dimanfaatkan melalui berbagai bentuk media cetak, antara lain surat kabar, majalah, tabloid, dan media sejenisnya. Selain itu, media elektronik seperti televisi, radio, dan platform sejenis juga dapat dimanfaatkan. Selain memanfaatkan media-media tersebut di atas, Humas Polda Sulsel juga berpotensi memanfaatkan platform media sosial sebagai wadah penyebaran informasi mengenai kegiatan dan perkembangan terkini di Polda Sulsel. Di era digital saat ini, pemanfaatan platform media sosial sudah lazim di kalangan masyarakat Indonesia dan berpotensi menjadi media publikasi.

Tanggung jawab utama Polri adalah membantu pemerintah dalam menjamin pemberian perlindungan, pembinaan, dan pelayanan kepada masyarakat, sekaligus menjaga keamanan, memelihara ketertiban, dan menegakkan hukum setempat. Polri berperan aktif dalam mewujudkan masyarakat madani dengan mewujudkan sikap yang patut diteladani dan cakap. Meningkatnya pemberitaan negatif yang disebarkan melalui platform media sosial telah memberikan kontribusi signifikan terhadap memburuknya citra polisi di masyarakat, sehingga menimbulkan rasa ketidakpercayaan yang meluas di kalangan masyarakat umum. Perilaku aparat penegak hukum yang tidak bertanggung jawab sangat mempengaruhi persepsi aparat kepolisian.

Tujuan utama dari sebuah citra adalah untuk membangun dan meningkatkan reputasi dan prestasi seseorang melalui praktik hubungan masyarakat. Persepsi terhadap penegakan hukum dapat dipersepsikan negatif karena adanya pergaulan dengan oknum-oknum yang secara aktif berupaya merusak citra positif kepolisian. Akibatnya, terbentuklah opini-opini kurang baik yang kemudian menjadi santapan penyebaran informasi palsu atau yang biasa disebut berita hoax kepada masyarakat umum. Contoh misi informasi tersebut antara lain klaim mengenai fasilitasi surat izin mengemudi melalui perantara dan penyebaran hoaks terkait vaksin. Strategi pengelolaan opini dilakukan oleh Humas Polda Sulsel dengan menyebarkan prangko palsu melalui platform media sosial yang dimilikinya.

Divisi Humas Polda Sulsel juga bertanggung jawab memproduksi konten edukasi. Bagian Humas Polda Sulsel menerapkan pendekatan strategi dengan menjalin kerja sama kolaboratif dengan berbagai media massa. Karena munculnya media baru dan kemajuan teknologi yang terus berlanjut, Humas Polda Sulawesi Selatan telah beralih dari memanfaatkan platform media tradisional menjadi menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi yang diperlukan.

Upaya lain yang dilakukan Polda Sulsel adalah memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, dan Website. Tingkat penggunaan tertinggi adalah *Instagram* yaitu mencapai 60%, sedangkan *Twitter* 10%, *Facebook* 15%, dan *Website* 15% . *Instagram* menjadi salah satu pilihan strategi Humas karena tingginya pengguna *Instagram* di Indonesia yaitu mencapai

69.270.000 pengguna. *Instagram* merupakan sebuah situs jejaring sosial di mana pengguna dapat mengunggah foto/video, saling berkomentar ataupun mengirim pesan. *Instagram* memiliki karakteristik atau ciri khas yang dapat mengedit foto/video dan mengunggah video pendek (*Instagram Stories*) dengan menggunakan stiker pada tampilannya. *Instagram* mempunyai peranan penting sebagai alat komunikasi mempertahankan citra perusahaan atau instansi (Iman, 2020; SIMOM KEMP, 2020; Bhayangkara, 2020).

Humas Polda Sulsel memanfaatkan platform media sosial, khususnya akun Instagram resmi Polda Sulsel, sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Saat ini, akun Instagram *@polda_sulsel* memiliki pengikut sebanyak 46.000 orang dan lebih dari 500 suka. Oleh karena itu, Divisi Humas Polda Sulawesi Selatan memilih memanfaatkan Instagram sebagai wadah penyebaran informasi terkait kegiatan dan edukasi kepada masyarakat. Perlu diketahui bahwa akun Instagram tersebut di atas berfungsi sebagai saluran resmi organisasi pemerintah ini. Kantor Humas Polda Sulsel berlokasi di Jalan Perintis Independen Km 16, Makassar.

Polda Sulsel mempunyai alasan kuat dalam menumbuhkan image positif di platform Instagram, yakni untuk memperbaiki kepercayaan masyarakat terhadap institusi penegak hukum. Pemanfaatan Instagram oleh Polda Sulawesi Selatan memungkinkan mereka untuk menyebarkan informasi mengenai tindakan, prestasi, dan usahanya, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan memperkecil kesenjangan persepsi antara kepolisian dan masyarakat setempat. Polda Sulsel memanfaatkan media Instagram sebagai sarana efektif menyampaikan informasi

terpercaya seputar pelayanan publik, update peristiwa penting, program kerja, dan menyikapi permasalahan masyarakat.



Gambar. 1

Sumber: https://www.instagram.com/humas_polda_sulsel/

Representasi visual yang diberikan menggambarkan akun @polda_sulsel ini memiliki jumlah pengikut di atas 46 ribu dengan total postingan lebih dari 12,2 ribu. Pengelolaan akun Instagram @polda_sulsel dimulai pada Juni 2016.

Sesuai dengan protokol kepolisian yang telah ditetapkan, tanggung jawab utama aparat penegak hukum adalah menjaga dan melayani masyarakat. Namun, terdapat persepsi masyarakat umum yang memberikan pandangan negatif terhadap kepolisian, hal ini diperkuat oleh pemberitaan media yang merugikan

yang menyoroti kejadian-kejadian di mana petugas gagal memenuhi kewajiban mereka sesuai dengan peraturan kepolisian yang telah ditetapkan. Mengikis kepercayaan masyarakat terhadap penegakan hukum. Oleh karena itu, tujuan utama humas kepolisian adalah untuk meningkatkan persepsi masyarakat terhadap penegakan hukum, yang kini dipandang kurang baik, melalui pemanfaatan strategis platform media sosial Instagram. Salah satu peristiwa yang terjadi di Polda Sulsel:



Gambar 2.

Sumber : <https://sulsei.genpi.co/sulsei-terkini/26/polisi-akbp-m-merusak-citra-polri-tak-ada-ampun-lihat-tuh>



Gambar 3.

Sumber : <https://kabarmakassar.com/posts/view/19011/kabid-humas-polda-sulsel-akbp-m-dipecat-dari-polri.html>

Pemecatan dari polri menunjukkan bahwa AKBP M telah diberhentikan dari jabatannya dan dipecat dari kepolisian secara keseluruhan. Pemecatan seorang pejabat tinggi seperti AKBP M dari kepolisian Polda Sulsel akan menimbulkan berbagai implikasi dan efek pada institusi kepolisian. Hal ini dapat mempengaruhi citra institusi secara keseluruhan. Fenomena ini terkait dengan pelanggaran kode etik profesi polri. Dalam menghadapi fenomena ini, polda Sulsel perlu melakukan upaya perbaikan dan meningkatkan citra melalui media sosial instagram.

detiksulsel

Home Berita Sepakbola Hukum & Kriminal Budaya Wisata Kuliner

Kota Makassar

7 Fakta Oknum Anggota Polda Sulsel Diduga Paksa Tahanan Wanita Seks Oral

Tim detikSulsel - detikSulsel

Jumat, 18 Agu 2023 08:35 WIB



Gambar 4.

Sumber: <https://www.detik.com/sulsel/hukum-dan-kriminal/d-6882374/7-fakta-oknum-anggota-polda-sulsel-diduga-paksa-tahanan-wanita-seks-oral/1>

Investigasi terhadap dugaan kejadian pelecehan seksual yang dilakukan aparat penegak hukum terhadap seorang narapidana perempuan kini tengah dilakukan Divisi Propam Polda Sulsel. Brigadir S, anggota Polda Sulawesi Selatan (Sulsel), ditangkap unit Propam terkait dugaan memaksa seorang tahanan perempuan melakukan aktivitas seksual oral. Brigadir S menjalani penempatan khusus (patus) setelah dikenakan kode etik. Insiden pelecehan seksual yang melibatkan tahanan perempuan tersebut diduga terjadi pada bulan Juli 2023. Namun, kejadian tersebut baru terungkap pada Agustus 2023 setelah korban mengungkapkan identitasnya kepada pasangan romantisnya, HA. Peristiwa Jumat 18 Agustus 2023 diinsir detikSulsel dapat dirangkum sebagai berikut. Kejadian ini bertentangan dengan kode etik yang telah ditetapkan dalam profesi penegak hukum, sehingga berpotensi berdampak pada reputasi kelembagaan organisasi. Artinya, Polda Sulsel berpotensi meningkatkan reputasinya dengan memanfaatkan platform Instagram, khususnya melalui akun @polda_sulsel.



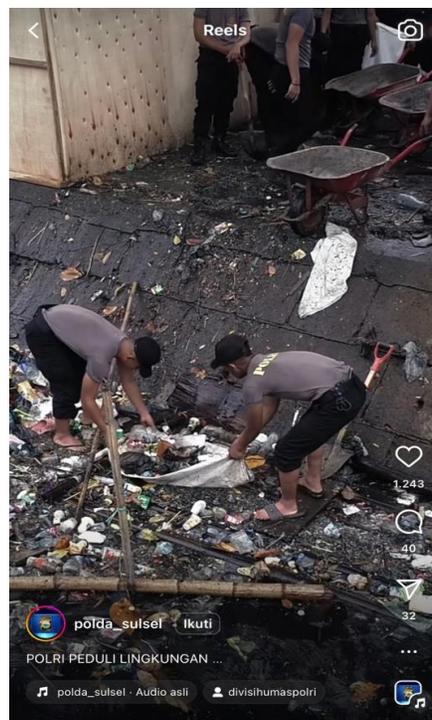
Gambar 5.

Sumber : <https://portalmedia.id/read/8062/oknum-polda-susel-diduga-86-kan-pengedar-narkoba-propam-diturunkan-cek-personel-yang-terlibat>

Berdasarkan fenomena diatas, Polda Susel saat ini tengah melakukan pedalaman terkait isu miring yang tengah menerpa lembaga kepolisian polda susel atas dugaan adanya oknum yang me-86-kan pelaku narkoba dengan jaminan uang Rp.10 juta. Hal ini menunjukkan citra polda menurun sehingga perlu dalam membangun citranya melalui sosial media Instagram.

Untuk memperbaiki persepsi masyarakat di Instagram, PoIda SuIseI dapat terlibat aktif dalam berbagai kejadian atau kegiatan yang menumbuhkan persepsi positif masyarakat terhadap penegakan hukum. Pemanfaatan akun Instagram yang diIakukan PoIda SuIseI

memungkinkan mereka melakukan upaya kemanusiaan, termasuk pemberian bantuan saat terjadi bencana alam. Pendekatan ini bertujuan untuk menumbuhkan persepsi masyarakat bahwa Polri adalah lembaga simpatik yang mengutamakan kesejahteraan warganya. Hal ini berpotensi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penegakan hukum. Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan memiliki kemampuan untuk menyebarkan rekomendasi keamanan, informasi terkini mengenai aktivitas kriminal yang lazim, dan narasi yang menyoroti dampak positif penegakan hukum setempat terhadap masyarakat.



Gambar. 5

Sumber: https://www.instagram.com/polda_sulsel/

Dari isi konten diatas merupakan salah satu upaya polda sulsel dalam meningkatkan persepsi masyarakat di instagram terhadap citra polda yang kian

menurun. Hal ini Polda Sulsel memanfaatkan akun instagramnya untuk melakukan upaya kemanusiaan yang dilakukan polda sulsel.

Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Strategi Humas Polda Sulsel dalam membangun citra melalui media sosial Instagram, dengan memperhatikan akun Instagram resmi Polda Sulawesi Selatan *@polda_sulsel*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh Polda Sulsel dalam memperbaiki citra melalui platform media sosial tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diperoleh dari uraian latar belakang di atas yaitu “Bagaimana strategi divisi Humas polda sulsel dalam membangun citra melalui media instagram *@polda_sulsel*? “

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi divisi Humas polda sulsel dalam membangun citra melalui media instagram *@polda_sulsel*?

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian Public Relations terkait strategi divisi Humas Polda Sulsel dalam memperbaiki citra melalui media instagram *@polda_sulsel*. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadikan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi khususnya mengenai

strategi divisi Humas Polda Sulsesl dalam membangun citra melalui media instagram *@polda_sulsel*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Polda Sulsel maupun Kepolisian Republik Indonesia agar dapat mempertahankan citra polisi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 TINJAUAN KONSEP DAN TEORI

2.1.1 Definisi Humas

Public Relations (PR), juga disebut sebagai Public Relations (PR), adalah konsep yang terkenal di seluruh entitas pemerintahan, pendidikan, dan perusahaan. Konsep humas dapat dikategorikan menjadi dua penafsiran yang berbeda, yaitu sebagai strategi komunikasi dan sebagai cara komunikasi. Hubungan masyarakat berfungsi sebagai pendekatan komunikasi strategis yang digunakan oleh para pemimpin dalam organisasi. Menurut Maskur, Mabur, dan Krismun (2022), praktik humas sebagai salah satu bentuk komunikasi memerlukan pendekatan institusional. Ketika pekerjaan rumah diutamakan sebagai bagian, kategori, atau domain yang berbeda. Hubungan masyarakat dapat dilihat sebagai praktik strategis yang membantu pengelolaan organisasi dengan melibatkan beragam pemangku kepentingan secara efektif agar selaras dengan maksud dan tujuan organisasi. Ini berfungsi lebih dari sekedar alat komunikasi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif. Hubungan masyarakat memainkan fungsi penting dalam setiap organisasi karena berfungsi sebagai alat strategis untuk mengembangkan citra perusahaan secara keseluruhan, yang mencakup aspek baik dan negatif. Ketika membangun persepsi suatu organisasi, humas biasanya memelihara koneksi yang luas. Mengenai tindakan yang berkaitan dengan Humas. Humas mempunyai fungsi yang beragam, terutama sebagai komunikator yang sering kali bertindak sebagai konsultan, memfasilitasi penerjemahan isu-isu kompleks, mengusulkan dan mengawasi strategi. Selain itu, dalam kapasitas seorang fasilitator komunikasi, khususnya seseorang yang biasanya bekerja di dalam organisasi yang fokus pada masalah lingkungan hidup, seseorang

memikul tanggung jawab untuk membina dan menegakkan hubungan timbal balik dan saluran komunikasi yang efektif.

Public Relations merupakan suatu bentuk komunikasi yang melibatkan pertukaran timbal balik antara suatu lembaga atau organisasi dengan masyarakat. Tujuan utamanya adalah untuk menumbuhkan pemahaman bersama, kepercayaan, dan kolaborasi antara kedua belah pihak.

Strategi hubungan masyarakat mengacu pada tindakan paling efektif yang dipilih untuk dilakukan guna mencapai tujuan hubungan masyarakat dalam konteks rencana hubungan masyarakat yang komprehensif. Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam mengidentifikasi dan menerapkan strategi untuk mengatasi dan menyelesaikan masalah yang muncul dalam hubungan antara organisasi dan publik. Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam memberikan rekomendasi dan wawasan kepada manajemen organisasi agar dapat secara efektif mengatasi tantangan yang saat ini dihadapi oleh suatu entitas. Humas juga berfungsi sebagai fasilitator komunikasi. Public Relations berfungsi sebagai fasilitator atau perantara agar manajemen dapat secara efektif memahami dan merespon keinginan atau harapan masyarakat. Sebaliknya, Humas juga diberi mandat untuk mengartikulasikan aspirasi, kebijakan, dan tujuan organisasi secara efektif kepada masyarakat umum. Guna membina komunikasi timbal balik, dibangunlah landasan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, dan toleransi antara kedua pihak.

Batasan pemahaman strategi humas mencakup pemilihan tindakan yang paling efektif untuk mencapai tujuan humas dalam konteks rencana humas yang

komprehensif. Hubungan masyarakat adalah praktik komunikasi strategis yang berupaya membangun dan meningkatkan persepsi positif tentang suatu organisasi, perusahaan, atau penawarannya di antara para pemangku kepentingan, termasuk khalayak internal dan eksternal.

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi humas:

- 1) Biasanya, komponen sasaran mencakup pemangku kepentingan dan masyarakat yang memiliki kepentingan yang sama. Ruang lingkup tujuan keseluruhan ini disempurnakan dengan menggunakan strategi segmentasi yang mempertimbangkan sejauh mana audiens target berbagi pendapat, potensi, perdebatan, dan dampak terhadap masa depan organisasi, institusi, nama merek, dan barang yang memiliki kepentingan khusus bagi perusahaan. target audiens. Fokus khusus dalam konteks ini berkenaan dengan khalayak sasaran, kadang-kadang disebut sebagai sasaran publik.
- 2) Tujuan utama dari komponen target dalam rencana hubungan masyarakat adalah untuk mengarahkan secara strategis ketiga hasil potensial tersebut menuju posisi atau dimensi yang menguntungkan dalam hal profitabilitas.

Tujuan utama humas adalah untuk menumbuhkan lingkungan yang mendukung dan menumbuhkan akuntabilitas serta keterlibatan antara praktisi humas dan audiens sasarannya, dengan tujuan mencapai tujuan bersama.

Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi humas :

A. Strategi Humas

Humas memiliki fungsi untuk menciptakan suasana yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta keikutsertaan antara PRO (Public Relations Officer) dan masyarakat. Fungsi ini dapat tercapai lewat beberapa strategi humas, yaitu:

1. Penerapan strategi operasional melibatkan pelaksanaan program Humas yang terlibat dalam aktivitas kehumasan masyarakat dari perspektif sosiologis. Praktik dan norma sosial budaya membentuk dinamika masyarakat, termasuk opini publik sebagaimana tercermin dalam berbagai bentuk media seperti artikel berita dan surat pembaca. Hal ini berarti bahwa Humas mempunyai kecenderungan dan kapasitas untuk secara penuh memperhatikan keinginan-keinginan yang ada dalam masyarakat, mencakup pertimbangan etis, prinsip-prinsip moral, dan cita-cita masyarakat yang diperlukan.
2. Strategi persuasif dan pendidikan melibatkan keterlibatan dalam komunikasi interaktif untuk menyebarkan konten pendidikan dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang organisasi. Selain itu, pendekatan persuasif dapat digunakan untuk menumbuhkan pemahaman, penghargaan, empati, toleransi, dan kualitas terkait.
3. Strategi tanggung jawab sosial Humas melibatkan penanaman pola pikir yang berupaya memajukan kepentingan dan keuntungan bersama dari audiens sarannya. Untuk mencapai hal ini, Humas harus secara efektif mengintegrasikan keunggulan motivasi dan tanggung jawab sosial.
4. Strategi kolaborasi yang digunakan oleh Humas harus mencakup kemampuan mengelola dan membina hubungan positif secara efektif dengan pemangku

kepentingan internal dan eksternal. Bidang hubungan masyarakat memikul tanggung jawab untuk mengkomunikasikan misi dan visi suatu organisasi secara efektif agar mendapat penerimaan dan dukungan dari masyarakat umum. Tujuan dari praktik ini adalah agar Humas dapat membina hubungan positif dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal, sehingga memudahkan perolehan sentimen publik melalui Humas.

Secara umum, tujuan Humas Pemerintah mencakup tiga aspek utama, yaitu: (1) Tanggung jawab profesional humas pada dasarnya terkait dengan konsep reputasi dan citra. Dapat dipahami bahwa citra yang baik berkorelasi langsung dengan peningkatan keterlibatan masyarakat terhadap penawaran organisasi. 2) Praktisi humas berperan sebagai perantara dan komunikator, memfasilitasi transmisi ambisi kepada lembaga pemerintah. 3) Hubungan Timbal Balik: Praktisi hubungan masyarakat bertugas memastikan bahwa tindakan pemerintah didorong oleh niat tulus untuk memenuhi tanggung jawab masyarakat. Komitmen ini dicontohkan melalui terjalinnya hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat.

B. Fungsi Humas

Berbicara fungsi berarti berbicara masalah kegunaan humas dalam mencapai tujuan organisasi atau lembaga. Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip oleh Kusumastuti disebutkan dua fungsi humas, yakni fungsi konstruktif dan fungsi korektif.

1. Fungsi konstruktif

Fungsi konstruktif ini disebut sebagai "penata jalan" yang mendorong humas membuat aktivitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk disini humas bertindak secara preventif (mencegah).

2. Fungsi korektif

Jika kita membandingkan fungsi konstruktif dan "perata jalan", kita dapat memandang fungsi korektif sebagai "pemadam kebakaran". Dengan kata lain, ketika sebuah organisasi atau institusi menghadapi permasalahan atau krisis dengan publik, humas sendirilah yang bertugas untuk memperbaiki situasi tersebut.

Public Relations dapat dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan yang memiliki kesamaan dengan komunikasi, karena keduanya bertujuan untuk meningkatkan dan mengubah kognisi, kasih sayang, dan perilaku komunikasi.

C. Ruang Lingkup Humas

Domain Humas mencakup hubungan internal dan eksternal. Individu di era digital kontemporer semakin terbiasa memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana bertukar informasi, berkolaborasi dengan orang lain, dan memulai koneksi melalui media tertulis, visual, dan audiovisual.

Humas berupaya memfasilitasi komunikasi bilateral antara perusahaan atau lembaga dan masyarakat umum, dengan tujuan memupuk saling pengertian dan menggalang dukungan untuk pencapaian tujuan, kebijakan, dan upaya tertentu yang

berkaitan dengan produksi barang atau jasa. Hal ini dilakukan demi memajukan kemajuan perusahaan atau menumbuhkan reputasi yang baik bagi institusi yang bersangkutan.

Dalam praktiknya, pelaksanaan upaya komunikasi tidak dapat dipisahkan dari interaksi eksternal antara lembaga/lembaga dengan masyarakat. Tujuan dari kegiatan strategi hubungan masyarakat adalah untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat. Oleh karena itu, tujuan tindakan strategi hubungan masyarakat dikategorikan ke dalam dua kelompok berbeda:

1. *Internal Public Relations*, adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga/instansi, keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.
2. *Eksternal Public Relations*, adalah orang-orang yang ada diluar lembaga /instansi yang ada hubungannya dan diharapkan ada hubungannya.

baik antara publik dengan khalayaknya. Humas pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan *public-public* atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi atau perusahaan. Hubungan yang efektif antara pihak yang berkepentingan itu, adalah hal yang penting demi tercapainya kepentingan dan kepuasan pelanggan.

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang membantu organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal mereka, serta peluang dan ancaman eksternal (Phadermrod et al., 2019). Ini memberikan cara yang sistematis

untuk mengevaluasi posisi perusahaan di pasar dan membuat keputusan tentang masa depannya. Singkatan SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*.

Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk membantu perusahaan memahami posisinya saat ini dan mengidentifikasi area potensial untuk perbaikan. Dengan menempatkan kekuatannya, perusahaan dapat fokus memanfaatkannya untuk mencapai tujuannya. Dengan mengenali kelemahannya, perusahaan dapat bekerja untuk mengatasinya dan meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan. Dengan mengidentifikasi peluang, perusahaan dapat mengidentifikasi jalan baru untuk pertumbuhan dan ekspansi (Hasbullah et al., 2021). Dengan mengenali ancaman, perusahaan dapat mempersiapkan potensi tantangan dan meminimalkan dampaknya.

Analisis SWOT dapat diterapkan pada berbagai situasi, termasuk produk individual, seluruh organisasi, atau seluruh industri (Lestari dan Yunita, 2020). Ini adalah alat yang fleksibel yang dapat diadaptasi agar sesuai dengan kebutuhan situasi. Ada beberapa metode untuk melakukan analisis SWOT, termasuk sesi curah pendapat individu, diskusi kelompok, dan survei. Yang penting adalah mengumpulkan kelompok pemangku kepentingan yang beragam, termasuk karyawan, pelanggan, dan pakar eksternal, untuk memberikan pandangan menyeluruh tentang posisi perusahaan. Kesimpulannya, analisis SWOT adalah alat yang berharga untuk organisasi dari semua ukuran dan industri. Memberikan pendekatan terstruktur untuk mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, ini dapat membantu organisasi membuat keputusan berdasarkan informasi tentang masa depan mereka dan mencapai tujuan mereka.

Salah satu metode potensial untuk menentukan rencana fundamental adalah melalui penggunaan analisis SWOT sebagai alatnya. Metodologi analisis SWOT memiliki aplikasi serbaguna yang dapat meningkatkan proses analitis dalam upaya pengambilan keputusan strategis. Biasanya, kerangka panduan metodis biasanya digunakan dalam percakapan untuk mengeksplorasi situasi alternatif mendasar yang mungkin dipertimbangkan oleh perusahaan.

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan mengacu pada keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan pesaingnya, seperti citra merek yang kuat, tenaga kerja yang terampil, atau penawaran produk yang unik (Indeed, 2021).

2. Kelemahan (*Weakness*)

Keterbatasan yang dihadapi perusahaan, seperti teknologi yang sudah ketinggalan zaman, kurangnya sumber daya, atau praktik manajemen yang buruk (Minister of Finance of the Republic of Indonesia, 2020).

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang mengacu pada faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk keunggulannya, seperti tren pasar, perubahan perilaku konsumen, atau teknologi baru.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru dan yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. Faktor eksternal yang dapat berdampak negatif bagi perusahaan, seperti meningkatnya persaingan, perubahan peraturan, atau kemerosotan ekonomi (Purnomo et al., 2020)..

Adapun langkah-langkah PR dalam membuat rencana jangka panjang tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan.
- b. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara drastis.
- c. Melakukan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Analisis ini penting untuk PR dalam melakukan beberapa hal salah satunya terkait mempertahankan citra positif instansi.

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Strategi yang akan disusun oleh perusahaan atau instansi didasarkan pada Strength (Kekuatan) dan Weaknesses (Kelemahan) apa saja yang dimiliki dan dengan dua hal tersebut Opportunities (Peluang) seperti apa yang akan diperoleh sehingga perusahaan juga dapat menentukan langkah untuk mengambil keputusan terhadap Threats (Ancaman) apa saja yang akan dihadapi.

Menurut Rangkuti (2019:31-32) penjelasan mengenai analisis SWOT adalah sebagai berikut :

a. Strategi SO

Strategi SO ini merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan atau instansi yang digunakan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ST ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi WO ini merupakan strategi dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut salah satu strategi yang dapat dirumuskan atau digunakan oleh suatu instansi untuk mempertahankan citra positif yaitu dengan strategi media sosial melalui pesan di instagram.

2.1.2 Polda

Tugas Polda Aturan mengenai tugas-tugas Polda salah satunya tertuang dalam Peraturan Polri Nomor 14 Tahun 2018 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kepolisian Daerah. Dalam peraturan tersebut, Polda bertugas:

- 1) Melaksanakan tugas pokok Polri, yaitu memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.
- 2) Melaksanakan tugas-tugas Polri lainnya dalam daerah hukum Polda sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Fungsi Polda Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, Polda memiliki sejumlah fungsi.

Fungsi Polda menurut Peraturan Polri Nomor 14 Tahun 2018, yaitu:

- 1) Pemberian pelayanan kepolisian meliputi penerimaan dan pengelolaan laporan atau pengaduan, menanggapi permintaan bantuan, memberikan bantuan, dan mengeluarkan izin atau menyebarkan informasi sesuai dengan ketentuan hukum.
- 2) Penerapan langkah-langkah intelijen keamanan untuk memitigasi gangguan dan menjaga keamanan dalam negeri.
- 3) Tugas yang tercakup dalam peran ini antara lain melakukan penyidikan, mengidentifikasi informasi yang relevan, mengkoordinasikan upaya, dan mengawasi kegiatan Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS). Selain itu, petahana bertanggung jawab untuk mengawasi seluruh proses investigasi.
- 4) Pelaksanaan Samapta Polisi dan Pemanfaatan Hewan Polisi.
- 5) Memastikan perlindungan barang-barang penting.

- 6) Penyelenggaraan polisi lalu lintas mencakup beberapa upaya seperti registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor dan pengemudi, penegakan peraturan lalu lintas, dan peningkatan keamanan, keselamatan, ketertiban, dan kelancaran arus lalu lintas.
- 7) Penyelenggaraan pengawasan perairan dan udara mencakup serangkaian tindakan seperti operasi patroli perairan dan udara, pembentukan komunitas perairan, peningkatan kemampuan penerbangan, dan penegakan hukum di lingkungan perairan.
- 8) Pengembangan masyarakat mencakup beberapa strategi seperti Perpolisian Masyarakat (Polmas), peningkatan keamanan otonom, pembinaan keterlibatan masyarakat dalam keamanan dan penegakan hukum, kemajuan teknis, dan pengawasan polisi khusus dan satuan keamanan.
- 9) Penggabungan fungsi tambahan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

2.1.3 Citra Lembaga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “gambar” mempunyai arti sebagai berikut: (1) kata benda yang menunjukkan gambaran, kemiripan, atau gambaran sesuatu; (2) representasi visual yang terkait dengan suatu produk. Konsep "citra" mengacu pada representasi mental atau gambaran visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat. Ini berfungsi sebagai komponen fundamental dalam prosa dan puisi. Menurut buku PR Technics karya Frank Jeffkins, konsep gambar dapat dipahami secara luas sebagai persepsi individu terhadap sesuatu, yang

dibentuk oleh pengetahuan dan pengalaman pribadinya. Kotler, sebagaimana dikutip dalam Firsan Nova, berpendapat bahwa konsep citra berkaitan dengan persepsi kolektif yang dimiliki publik mengenai suatu perusahaan atau penawarannya. Persepsi suatu citra dipengaruhi oleh banyak pengaruh eksternal yang berada di luar kendali perusahaan. Konsep citra perusahaan mengacu pada persepsi yang terbentuk di benak masyarakat umum mengenai realitas yang dapat diamati dari suatu perusahaan tertentu.

Menurut Shirley Harrison, pemahaman komprehensif tentang citra perusahaan mencakup empat faktor utama:

1. *Personality*, keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial.
2. *Reputation*, hal yang dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
3. *Value*, nilai-nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
4. *Corporate Identity*, adalah komponen-komponen yang mempermudah mengenal publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

2.1.3 Media Sosial

Media sosial menurut Mulawarman (2020) merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk proses sosial. Dampak yang bisa diberikan dari media sosial itu sendiri adalah mampu mempermudah komunikasi jarak jauh dengan smartphone yang dimana didalam nya terdapat banyak aplikasi yang digunakan.

A. Fungsi Media Sosial

Media sosial dalam peranannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk sebuah pola berpikir dan perilaku dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) kedalam praktik komunikasi dialog antara banyak audience (many to many).
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

B. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial.

- a. Aspek pertama yang perlu dipertimbangkan adalah partisipasi. Mendorong partisipasi aktif dan permintaan masukan dari semua individu yang memiliki minat atau kecenderungan terhadap pemanfaatannya, sehingga mendorong konvergensi media dan ranah khalayak.
- b. Sifat kedua adalah keterbukaan. Banyak platform media sosial memfasilitasi keterlibatan dan interaksi pengguna melalui fitur seperti voting, berbagi, dan berkomentar. Dalam keadaan tertentu, pembatasan dapat diterapkan pada kemampuan untuk mengakses dan menggunakan isi pesan, dan praktik keamanan kata sandi untuk data tersebut sering dianggap tidak lazim.
- c. Topik diskusinya adalah percakapan. Selain itu, terjadinya pembicaraan atau interaksi dua arah antar pengguna juga dimungkinkan.
- d. Konsep keterhubungan. Faktor utama yang berkontribusi terhadap keberhasilan platform media sosial adalah kemampuannya memfasilitasi konektivitas antar pengguna, memungkinkan mereka menjalin hubungan dengan situs web, mengakses sumber informasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain.

C. Dampak Media Sosial

Keberagaman karakteristik dan berbagai bentuk media sosial dalam masyarakat kontemporer mempunyai potensi untuk mempengaruhi keberadaan kolektif komunitas dan kehidupan pribadi individu secara signifikan. Akibat yang mungkin timbul dari meningkatnya keterlibatan masyarakat atau individu akibat meningkatnya perluasan pengguna adalah sebagai berikut. Meski demikian, fenomena ini tidak lazim terjadi di

zaman sekarang. Pengaruh media sosial menyebar ke berbagai bidang, termasuk politik, ekonomi, dinamika sosial, dan aspek budaya, sehingga menghasilkan transformasi yang signifikan. Dalam skenario khusus ini, media sosial menawarkan beberapa keuntungan, manfaat, atau dampak baik sehubungan dengan pengaruhnya terhadap masyarakat. Namun demikian, sepanjang sejarahnya, media sosial juga dikaitkan dengan kelemahan, kerentanan, dan dampak buruk yang berdampak besar pada proses pidana karena pengaruh media sosial. Dampak baik media sosial dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Meningkatkan hubungan interpersonal. Terkait dengan ranah hubungan interpersonal, pemanfaatan platform media sosial sangat kondusif untuk berinteraksi dengan individu yang tinggal di lokasi geografis yang jauh.
- b. Alokasikan area untuk penyebaran pesan-pesan afirmatif. Pemanfaatan platform media sosial banyak dilakukan oleh para tokoh agama, motivator, dan ulama.
- c. Mengembangkan pemahaman tentang hubungan persahabatan. Pemanfaatan platform media sosial berpotensi memberikan dampak negatif terhadap hubungan antarpribadi, khususnya ketika individu mengalami perasaan malu atau tidak nyaman ketika dihadapkan pada kemungkinan bertemu langsung.
- d. Penting untuk memberikan fakta yang tepat dan akurat. Platform media sosial menyediakan akses ke berbagai informasi mengenai universitas, beasiswa, dan peluang kerja
- e. Meningkatkan tingkat pemahaman dan perolehan pengetahuan. Di zaman sekarang, terdapat banyak sekali akun media sosial yang menyebarkan ide-ide berharga dan keahlian praktis.

2.1.4 Instagram

Seiring dengan kemajuan masyarakat kontemporer dan kemajuan teknologi informasi, telah terjadi perubahan nyata dalam perilaku manusia. Pertumbuhan berbagai bentuk teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap pelayanan publik yang dianggap sebagai salah satu kebutuhan penting masyarakat. Pemerintah memainkan peran penting dalam memberikan layanan berkualitas tinggi kepada masyarakatnya. Namun dalam konteks sekarang, pelayanan publik yang diberikan kepada masyarakat masih dirasakan kurang optimal dan berkualitas buruk. Contoh tantangan dalam pemberian layanan antara lain layanan yang kompleks, prosedur layanan yang ambigu, pekerja layanan yang tidak profesional, infrastruktur layanan yang tidak memadai, dan waktu layanan yang tidak efisien dan efektif.

Di masa sekarang, fenomena mencolok yang terlihat di dunia digital adalah meningkatnya penggunaan platform media sosial secara signifikan. Menurut Suryawati (2021), tokoh politik dan aparatur pemerintahan di Indonesia memiliki kemampuan untuk secara cepat dan efektif mengenali kemampuan yang melekat pada media sosial sebagai platform komunikasi dalam kerangka pertukaran informasi, serta sebagai alat untuk berinteraksi dengan masyarakat umum. rakyat. Elit politik sering kali memanfaatkan platform media sosial sebagai alat untuk menampilkan diri, dengan tujuan untuk menampilkan citra yang baik. Kesan mengacu pada persepsi yang kita miliki terhadap individu lain, yang mencakup keyakinan kita mengenai atribut dan kualitas mereka. Berbagai istilah dikaitkan dengan konsep tayangan, termasuk pengertian kesan publik. Konsep kesan publik mengacu pada

konstruksi dan distribusi citra diri seseorang melalui berbagai saluran media (Fitri & Adeni, 2020).

Namun, patut dipertimbangkan bahwa media sosial dapat menjadi pilihan yang tepat untuk meningkatkan efisiensi pemerintah. Media sosial mengacu pada platform digital yang memfasilitasi interaksi pengguna, partisipasi, berbagi konten, dan pembuatan konten (Cahyono, 2019). Platform media sosial memfasilitasi partisipasi pengguna dengan memungkinkan mereka mengekspresikan pendapat mereka melalui komentar positif dan negatif. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, sehingga memudahkan akses terhadap informasi dan berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Ada banyak sekali platform media sosial, termasuk namun tidak terbatas pada Twitter, Facebook, Instagram, dan lain-lain.

Instagram adalah platform jejaring sosial populer yang digunakan secara luas di kalangan masyarakat umum. Instagram secara luas dianggap sebagai platform media sosial terkemuka karena basis penggunanya yang luas, yang dapat dikaitkan dengan tingginya tingkat kepercayaan dan perhatian publik yang diperolehnya. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh DataReportal pada Januari 2022, jumlah total pengguna media sosial di Indonesia berjumlah 191,4 juta orang, atau mencakup sekitar 68,9% dari populasi negara.

Menurut Prastya (2022), terjadi peningkatan signifikan sebesar 21 juta pengguna, atau meningkat 12,6%, jumlah tersebut dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2021. Menurut data statistik, Instagram menempati posisi ketiga yang paling banyak digunakan. platform media sosial di Indonesia, setelah YouTube dan

Facebook. Ini telah berhasil mencapai basis pengguna yang besar sebanyak 99,15 juta orang, yang mencakup sekitar 35,7% dari total populasi Indonesia. Menurut Hasya (2022), India menempati posisi keempat secara global dalam hal jumlah pengguna Instagram, setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil.

Fenomena ini tentu saja menyebabkan terjadinya transformasi perilaku individu yang mencakup dimensi budaya, etika, dan normatif. Salah satu permasalahan yang umum terjadi adalah kurangnya pemahaman komprehensif di antara individu tertentu mengenai mekanisme berfungsinya platform media sosial dalam menangkap dan menggambarkan preferensi pengguna. Pengamatan ini menyoroti kapasitas platform media sosial untuk memfasilitasi keterlibatan, kerja sama, keterlibatan, dan komunikasi pengguna, sehingga membina hubungan sosial virtual.

Perluasan media sosial merupakan konsekuensi yang tidak dapat disangkal dari perkembangan yang sedang berlangsung. Pemanfaatan sumber daya tidak hanya berfungsi sebagai sarana rezeki individu, tetapi juga sebagai sarana rezeki kolektif, organisasi, dan badan pemerintah. Saat ini, media sosial berfungsi sebagai platform bagi lembaga layanan publik untuk memenuhi kewajiban pelayanan publiknya (Yuliani et al., 2020). Meski demikian, pemanfaatan media sosial di Indonesia dinilai masih kurang dalam hal pemberian pelayanan publik oleh birokrasi. Misalnya saja, banyak masyarakat yang mengungkapkan ketidakpuasannya terhadap kinerja pelayanan birokrasi yang kurang optimal, sehingga mendorong mereka untuk menggunakan platform media sosial sebagai sarana untuk menyuarakan keluhan mereka kepada pemerintah, dengan harapan mendapatkan tanggapan yang cepat dan personal.

Pemanfaatan media sosial secara signifikan mempercepat fasilitasi pengaduan masyarakat. Masyarakat mempunyai potensi untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pemerintah, melampaui batasan jarak fisik dan batasan waktu. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah telah muncul sebagai fenomena umum yang terkadang disebut sebagai e-Government. Penggabungan media sosial ke dalam institusi pemerintah berfungsi sebagai saluran yang memfasilitasi hubungan antara pemerintah dan masyarakat luas. Instagram sebagai platform media sosial berpotensi menjadi media baik dalam kegiatan promosi maupun penyediaan layanan. Banyak lembaga pemerintah saat ini menggunakan platform media sosial sebagai sarana untuk mendistribusikan informasi dan memfasilitasi interaksi dengan masyarakat umum. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk memfasilitasi pendidikan dan menawarkan platform untuk menyampaikan keluhan berdasarkan masukan masyarakat yang diungkapkan melalui komentar pada postingan tertentu. Selain itu, platform media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan komunikasi antar otoritas publik, seperti yang dicontohkan oleh praktik Hendrar Prihadi yang menandai lembaga terkait sebagai respons terhadap keluhan masyarakat yang diungkapkan melalui komentar di postingan Instagram miliknya.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis bermaksud menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Hendrar Prihadi sebagai sarana untuk meningkatkan pelayanan publik, dengan fokus khusus pada dimensi teoretis yang berkaitan dengan kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan penggunaan Instagram sebagai platform media sosial dalam konteks pemerintahan, dengan tujuan utama untuk meningkatkan penyediaan layanan teladan kepada masyarakat umum.

Instagram menawarkan sederet fungsi yang bermanfaat bagi penggunanya, termasuk yang terafiliasi dengan Humas Polda Sulsel. Beberapa fitur Instagram antara lain:

1. Pengikut

Adalah salah satu fitur yang bertujuan untuk mengikuti akun seseorang di Instagram sehingga antar pengguna dapat berinteraksi. Dengan fitur tersebut pengguna dapat mengetahui aktivitas yang telah dilakukan oleh akun lain yang telah diikuti.

2. Mengunggah Foto/Video

Pengguna Instagram memiliki opsi untuk memposting gambar atau video menggunakan dua metode berbeda. Metode pertama melibatkan pemanfaatan fungsionalitas kamera yang disediakan dalam aplikasi Instagram. Alternatifnya, pengguna dapat memilih tombol simbol plus dan memilih untuk mengunggah foto atau video dari album foto galeri ponsel cerdasnya. Batas atas jumlah foto yang dapat dikirimkan secara bersamaan adalah 10, sedangkan film dibatasi durasi maksimal 1 menit. Setelah foto atau video diunggah, pengguna memiliki kemampuan untuk menerapkan berbagai efek atau filter, menambahkan keterangan, dan menentukan lokasi pengambilan foto atau video.

3. Kamera

Penggunaan kamera yang disimbolkan dengan tanda plus melalui instagram adalah untuk mengambil foto dan video dari dalam aplikasi instagram yang kemudian dapat kita bagikan di beranda instagram.

4. Efek foto

Efek foto secara instan pada instagram terdiri dari beberapa jenis antara lain clarendon, gingham, moon, dan lain-lain. Selain itu pengguna juga dapat menggunakan menu pengaturan untuk mengedit foto sesuai keinginan seperti pengaturan perspektif foto, kecerahan, kontras, vignet, struktur, warna hangat, saturasi, warna, pudar, sorotan, ketajaman, miniatur, dan bayangan.

5. Judul foto/Captions

Judul atau captions judul digunakan untuk memberikan nama atau keterangan pada foto yang akan diunggah sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna. Di judul foto ini pengguna dapat menambahkan tanda tagar atau hastag, menandai pengguna lain dan karakter kalimat pada judul foto ini cukup panjang bisa lebih dari 3 paragraf.

6. Mentions

Fungsi ini digunakan untuk tujuan mereferensikan seseorang di platform media sosial Instagram. Untuk mereferensikan orang lain di Instagram, perlu menggunakan simbol "@" diikuti dengan nama akun pengguna, tanpa ada spasi di antara keduanya. Simbol "@" pada platform Instagram bertujuan

untuk merujuk atau menyebut pengguna lain dalam berbagai konteks, seperti keterangan foto, komentar, dan cerita. Fungsionalitas ini meluas ke konten visual statis, seperti gambar, serta konten dinamis, seperti video. Ketika seseorang disebutkan, pemberitahuan akan dikirimkan kepada orang tersebut, yang dapat diakses menggunakan opsi berita aktivitas.

7. Tanda Tagar/Hastag

Tanda tagar atau hastag ini disimbolkan dengan tanda (#). Fungsi dari tanda tagar ini adalah untuk mengelompokkan konten yang diproduksi sebuah akun. Tanda tagar dapat digunakan di fitur instagram lainnya seperti pemberian judul foto, video maupun story. Dengan tanda tagar ini pengguna instagram akan lebih mudah untuk menemukan foto maupun video yang akan dicari dengan menuliskan hastag diikuti dengan nama yang dicari.

8. Tanda suka

Tujuan utama fitur "suka" adalah untuk menunjukkan penerimaan positif terhadap foto atau video oleh pengguna lain di dalam platform online. Ekspresi kasih sayang umumnya diwakili oleh representasi visual bentuk hati. Pemanfaatan tanda "like" dilakukan pengguna melalui tindakan mengetuk dua kali pada foto yang diinginkan, untuk menyatakan persetujuan atau kekagumannya. Sebaliknya, tindakan membatalkan kesukaan seseorang terhadap postingan pengguna lain dilakukan dengan menekan simbol berbentuk hati sekali lagi. Ketika foto pengguna menerima banyak suka dari

pengguna lain, foto tersebut akan ditampilkan dengan jelas di bagian fitur populer.

9. Komentar

Sebagai layanan jejaring sosial instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di instagram dapat di komentar di kolom komentar. Kolom komentar ini memungkinkan pengguna menyampaikan pesan atau pendapat mengenai sebuah foto atau video yang telah dibagikan pengguna lain. Kolom komentar ini juga dapat dinonaktifkan jika pengguna tidak berkenan untuk dikomentari.

10. Stiker

Ketika pengguna mengunggah foto ataupun video di fitur story atau cerita dalam instagram, maka foto tersebut nantinya dapat diberikan tambahan stiker dengan memilih menu di bagian atas fitur story dengan logo emoticon smile. Stiker tersebut bisa berupa stiker musik, stiker jajak pendapat atau stiker slider emoji, lokasi, dan stiker tagar.

11. Cerita/ Story

Fitur Stories memungkinkan pengguna berbagi konten visual, termasuk gambar dan video, dengan pengikutnya. File media ini dapat dipercantik dengan berbagai efek, seperti bumerang, video terbalik, handsfree, superzoom, dan stopmotion. Pengambilan foto dan video untuk keperluan berbagi dapat dilakukan dengan memanfaatkan perangkat smartphone atau dengan mengabadikannya langsung di dalam aplikasi Instagram. Narasi

tersebut akan dihapus dari profil dan feed berita pengguna dalam rentang waktu 24 jam. Namun demikian, jika pengguna ingin menyimpan cerita yang dibuat dan mencegahnya hilang, mereka dapat memilih untuk memasukkannya ke dalam menu sorotan yang disediakan dalam fungsi cerita.

12. Pesan Direct

Fitur ini dapat digunakan menandai pengguna lain terhadap cerita yang telah kita buat. Cerita ini nantinya akan masuk pada bagian pesan direct pengguna lain dan akan menghilang setelah 24 jam.

13. Video Siaran langsung

Video siaran langsung memungkinkan pengguna membuat rekaman dengan durasi lebih lama dibandingkan video yang tersedia di fitur story. Pengguna memiliki kemampuan untuk berinteraksi satu sama lain melalui bagian komentar, yang dapat diakses oleh mereka yang berpartisipasi aktif dalam siaran langsung. Alternatifnya, jika seseorang ingin menghindari penerimaan komentar, mereka mungkin memilih untuk menonaktifkannya dengan memilih simbol elipsis. Selain itu, pengguna memiliki kemampuan untuk terlibat dalam siaran langsung dengan pengguna lain. Setelah siaran langsung selesai, siaran langsung tersebut tidak dapat diakses dalam aplikasi kecuali tayangan ulang siaran dibagikan ke menu cerita.

Beragam fitur yang ditawarkan oleh Instagram secara efektif memenuhi kebutuhan humas di era media baru kontemporer. Secara khusus, fitur-fitur ini memungkinkan lembaga dan perusahaan swasta untuk menghasilkan konten hubungan masyarakat

dan berinteraksi dengan publik, baik melalui bagian komentar atau pesan langsung. Kehadiran atribut ini selanjutnya akan memperoleh balasan atau umpan balik dari masyarakat umum, sehingga memastikan keberlangsungan persepsi positif terhadap organisasi.

2.2 Teori

Pada bagian ini memaparkan kerangka teori strategi media sosial Instagram yang digunakan oleh akun *@polda_sulsel* dengan tujuan meningkatkan reputasi Polda Sulawesi Selatan. Istilah fokus dalam landasan kerangka teoritis ini adalah Teori Restorasi Citra. Kerangka teoritis disusun sedemikian rupa sehingga menjelaskan keterkaitan dan saling memperkuat dua teori.

Hubungan yang ada saat ini dapat disamakan dengan hubungan masyarakat, yang memerlukan adaptasi terhadap tren kontemporer dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk menumbuhkan persepsi positif dari masyarakat. Oleh karena itu, penerapan rencana hubungan masyarakat sangat penting dalam mengelola platform Instagram secara efektif. Sebelum merumuskan rencana ini, penting bagi praktisi humas untuk mengetahui kendala yang melekat pada disiplin ilmu itu sendiri, serta ciri khas platform media sosial, khususnya Instagram.

2.2.1 Teori Image Restoration Theory

Konsep Teori Restorasi Citra mengacu pada kerangka teoritis yang berupaya menjelaskan bagaimana individu mengelola citra publiknya ketika dihadapkan pada ancaman terhadap reputasinya. Penelitian ini menggunakan teknik yang berasal dari

teori restorasi citra, yang merupakan salah satu dari beberapa teori yang tercakup dalam domain citra, masalah, dan manajemen krisis. Teori khusus ini dianggap cocok untuk tujuan penelitian. Teori restorasi citra dapat diterapkan dalam beberapa konteks, antara lain individu, kelompok, dan organisasi. Secara khusus, hal ini berkaitan dengan pemeriksaan terhadap bagaimana individu atau organisasi merespons ketika citra dan reputasi positif mereka terancam atau dihadapkan pada suatu krisis. Teori ini biasa disebut sebagai teori perbaikan citra, karena berkaitan dengan strategi dan teknik yang digunakan untuk memperbaiki, merehabilitasi, atau memulihkan citra dan reputasi negatif suatu organisasi atau perusahaan. Benoit (1995, 1997) mengemukakan bahwa ada lima cara untuk menyelesaikan masalah terkait gambar dalam konteks perbaikan:

1. Strategi menyangkal (denial).

Strategi ini merupakan penyangkalan perusahaan telah melakukan kesalahan dan pernyataan bahwa perusahaan tidak terlibat sebagai penyebab krisis tersebut.

2. Strategi menghindari tanggung jawab (evasion of responsibility).

Perusahaan berusaha membatasi tanggung jawabnya pada suatu krisis. Cara yang dilakukan:

- a) provokasi, yaitu merespon tindakan pihak lain.
- b) menyatakan bahwa krisis terjadi disebabkan kekurangan informasi atau ketidakmampuan organisasi dalam mengontrol situasi.
- c) maksud baik (good intention), menyatakan bahwa organisasi telah berupaya mengatasi dengan baik tetapi mungkin hasilnya dirasa kurang maksimal.
- d) krisis disebabkan oleh kecelakaan atau musibah.

3. Strategi mengurangi serangan (reducing the offensiveness).

Secara umum bahwa perusahaan tidak menyangkal telah melakukan tindakan yang menyebabkan krisis. Dalam strategi ini, perusahaan berupaya mengurangi dampak negatif dan memperbaiki turunnya citra positif.

4. Tindakan korektif (corrective actions).

Melalui strategi ini, perusahaan berusaha memperbaiki kerusakan dan berjanji untuk mencegah terjadinya pengulangan krisis.

5. Menanggung akibat krisis (mortification).

Perusahaan menyatakan kesediaan untuk bertanggung jawab terhadap akibat krisis dan menyampaikan penyesalan serta permohonan maaf.

2.3 Tinjauan Empirik

Tabel 2.1.1 Tinjauan Empirik

Judul Penelitian / Penulis	Teori	Perbedaan / Persamaan	Hasil penelitian
Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy Dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul.	Strategi Merancang Pesan menurut Harwood Childs (dalam Ruslan, 2005: 54-55)	Perbedaan : - Subjek penelitian Rusti adalah Polres Bantu. Sedangkan subyek	Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini yakni strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mempertahankan citra positif melalui

<p>(Rusti Nur Anggraini, 2018)</p>		<p>peneliti di Humas Polda Sulsel</p> <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengkaji tentang citra polisi. - Penelitian secara kualitatif. - Menggunakan teori media sosial. 	<p>instagram, peneliti menyimpulkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi yang secara umum digunakan oleh Humas Polres Bantul adalah keterbukaan informasi publik yaitu dengan menyampaikan berita positif terkait keberhasilan Polres Bantul. 2. Strategi tersebut diimplementasikan ke dalam pesan melalui intagram dengan menampilkan konten-konten seperti kegiatan PAM, ungkap kasus, sosialisasi, kegiatan sosial (CSR), kegiatan penyuluhan, press realese (Media Relations) menyesuaikan pada aturan Undang-Undang Pers. 3. Pesan yang dipublikasikan tersebut diupload setiap hari saat jam kerja dengan menampilkan lebih dari satu foto maupun video. Pengelolaannya untuk merespon tanggapan masyarakat juga sesuai aturan dengan memfilter
------------------------------------	--	---	---

			<p>pertanyaan yang perlu dijawab dan tidak dijawab.</p> <p>4. Fitur-fitur yang digunakan disesuaikan dengan aturan dan dikembangkan dengan mengikuti tren yang ada agar foto yang</p>
<p>Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa. (Nur Alwiyah Jaya (2017)</p>	<p>Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut. “<i>Organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty</i>”. Komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep, yaitu:</p> <p>a. proses</p> <p>b. pesan</p> <p>c. jaringan</p>	<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan teori media sosial. - Obyek <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengkaji tentang citra polisi. - Penelitian secara kualitatif. 	<p>Peran humas dalam meningkatkan citra kepolisian Polres Gowa yaitu:</p> <p>1) Membangun identitas Polres Gowa dengan cara aktif dalam kampanye sosial dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, menjadi fasilitator antara institusi dan masyarakat, membangun hubungan baik dengan berbagai lembaga-lembaga swadaya masyarakat.</p> <p>2) Menghadapi dan menjawab keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan awal terhadap keluhan ingin disampaikan sehingga dapat menanggulangi persepsi masyarakat terhadap citra negatif kepolisian dan</p>

	<p>d. keadaan saling tergantung</p> <p>e. hubungan</p> <p>f. lingkungan</p> <p>g. ketidakpastian</p>		<p>memberikan penyelesaian masalah</p> <p>3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan media.</p>
<p>Aktivitas Humas Polrestabes Makassar dalam Membangun Citra Polisi. (Ismail Idrus (2017)</p>	<p>Penelitian ini berkaitan dengan tugas humas dalam membangun citra polisi, terdapat teori yang dapat digunakan sebagai landasan teori tersebut yaitu <i>Teori Image Restoration</i>.</p> <p><i>Teori image restoration</i> juga disebut <i>teori image repair</i>, karena membahas upaya memperbaiki atau merespon citra dan reputasi yang buruk. Sehingga landasan yang kontraks terhadap penelitian ini, humas secara sudut pandang dapat ditinjau atas hasil apa</p>	<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian Ismail Idrus adalah Polrestabes Makassar. Sedangkan Objek peneliti adalah Polda Sulsel. - Tidak menggunakan teori media sosial. <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian humas yang mengelola polisi. - Penelitian secara kualitatif. - Mengkaji tentang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas Humas Polrestabes Makassar dalam membangun citra polisi baik di dalam instansi ataupun di luar instansi yakni humas berupaya memberikan informasi terkait kegiatan Polrestabes Makassar, mengoptimalkan pelayanan yang buruk terhadap kritikan publik dari segi internal dan eksternal agar terciptanya <i>feedback</i> yang berupa citra. 2. Humas Polrestabes Makassar, berupaya memaksimalkan kinerja kerjanya, pegerakan humas berupaya memberikan yang terbaik oleh masyarakat, informasi, pelayanan,

	yang telah dilakukan, bagaimana menghadapi publik dalam situasi krisis masalah, apa yang dilakukan humas agar dapat membangun citra tersebut.	memperbaiki citra polisi.	kerjasama dari berbagai media dan instansi lain, dan sosialisasi terhadap masyarakat salah dampak yang baik terhadap bentuk dukungan yang mendasar dalam upaya membangun citra.
--	---	---------------------------	---

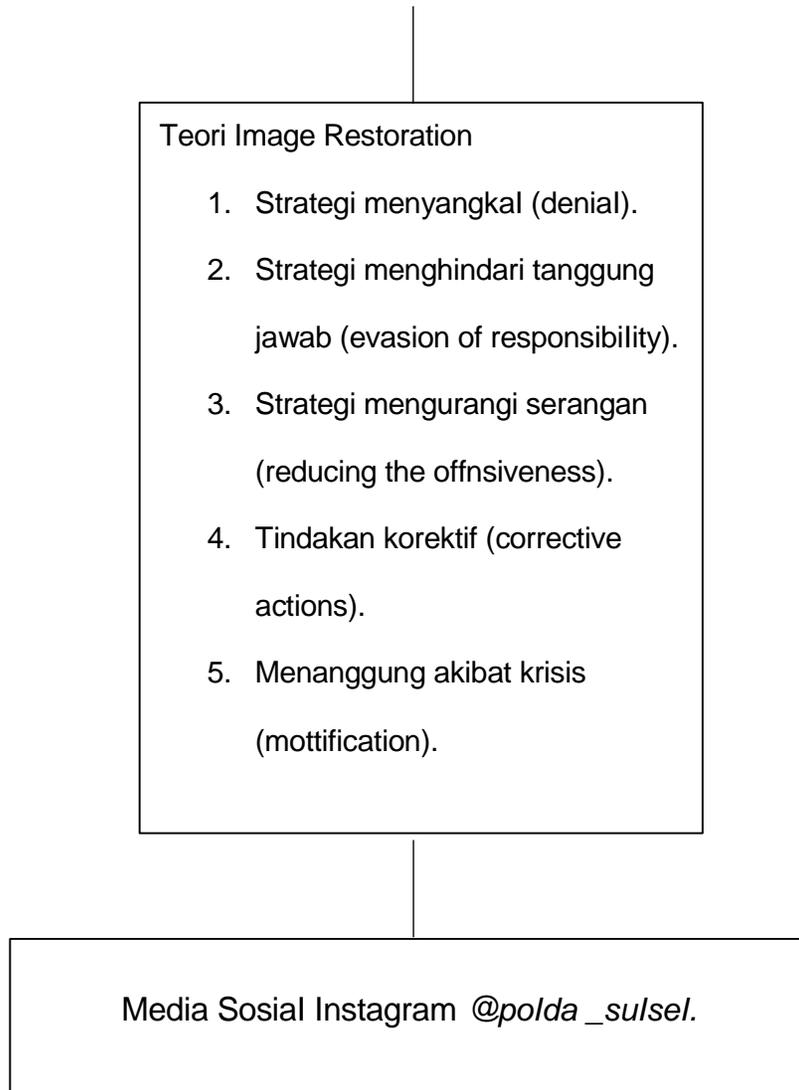
2.4 Kerangka Berpikir

Selain menumbuhkan persepsi positif terhadap perusahaan, humas juga mempunyai kapasitas untuk meningkatkan dan mempertahankan citra organisasi. Untuk meningkatkan reputasi suatu perusahaan, sangat penting untuk mengembangkan strategi yang selaras dengan tujuan yang diinginkan. Salah satu pendekatan potensial untuk meningkatkan persepsi publik adalah dengan menyusun dan menyempurnakan pesan-pesan yang dimaksudkan untuk disebarluaskan melalui platform Instagram.

Bagan 1

Kerangka Berpikir

<p>Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam Membangun Citra</p>



2.5. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk mengurangi potensi kesalahpahaman dan perbedaan penafsiran terminologi yang digunakan dalam judul tesis. Penelitian kali ini fokus pada topik penelitian “Strategi Divisi Humas Polda Sulawesi Selatan Dalam

Membangun Citra Melalui Platform Media Sosial Instagram *@polda_sulsel*.” Definisi operasional yang perlu diperjelas adalah, yaitu:

1. Strategi

Strategi mengacu pada rencana yang disengaja atau pendekatan taktis yang dirumuskan oleh sekelompok individu atau entitas dengan tujuan mencapai tujuan yang telah ditentukan. Kajian ini fokus pada strategi dan inisiatif yang diterapkan oleh Humas Polda Sulawesi Selatan untuk membangun citra institusi tersebut di mata publik melalui platform media sosial.

2. Membangun Citra

Membangun citra seseorang memerlukan upaya untuk secara positif mempengaruhi opini dan perspektif yang dianut orang lain terhadap suatu organisasi, produk, atau individu. Tujuan utamanya adalah untuk menumbuhkan kesan yang baik, menanamkan kepercayaan, dan menginspirasi keyakinan pada audiens sasaran. Kajian ini menunjukkan tujuan utama dari strategi tersebut, yaitu untuk mengubah atau meningkatkan persepsi masyarakat terhadap Polda Sulawesi Selatan guna menumbuhkan pandangan yang lebih baik.

3. Media Sosial Instagram

Fenomena media sosial semakin marak di masyarakat masa kini. Instagram adalah platform media sosial yang banyak digunakan yang

berfungsi sebagai sarana pemasaran, branding, dan memfasilitasi penyebaran informasi, sehingga meningkatkan keterlibatan dan interaksi pengguna melalui pembuatan konten. Studi ini menjelaskan platform tertentu yang digunakan untuk melaksanakan pendekatan strategis ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metodologi penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian khusus ini. metode penelitian kualitatif menghasilkan temuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau pendekatan kuantitatif lainnya Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk menyelidiki beberapa aspek kehidupan masyarakat, termasuk sejarahnya, pola perilaku, dinamika organisasi, peristiwa tertentu, gerakan sosial, dan hubungan kekerabatan kekeluargaan.

Penelitian kualitatif deskriptif adalah kategori berbeda dalam bidang metodologi penelitian kualitatif yang lebih luas. Tujuan utama dari pendekatan ini biasanya melibatkan pengembangan penggambaran data dan atribut yang berkaitan dengan populasi atau entitas tertentu secara metodis, obyektif, dan tepat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis mengenai pendekatan Divisi Humas Polda Sulawesi Selatan dalam membangun citra publiknya melalui pemanfaatan platform media sosial Instagram yaitu *@polda_sulsel*.

Pada studi pendahuluan, peneliti telah mengidentifikasi informan yang memiliki kemampuan pengumpulan data yang tinggi melalui penggunaan metode wawancara. Hal ini memungkinkan mereka untuk mendalami lebih dalam Strategi Humas Polda yang bertujuan untuk membangun citranya melalui platform Instagram yaitu *@polda_sulsel*.

Nama Jabatan	Jabatan
--------------	---------

Kombes Pol. Komang Suartana, S.H., S.I.K., M.H	Kabid Humas Polda Sulsel (pengambil keputusan informasi)
Bripda Muhammad Ruslan	Ba Multimedia bid Humas Polda Humas (Informan 1)
Bripda Farid Punjabi	Ba Multimedia bid Humas Polda Humas (Informan 2)

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan September di Departemen Kepolisian Tamalanrea Indah, Jl. Perintis Kemerdekaan No.KM.16, Makassar, Sulsawesi Selatan, Indonesia.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek adalah pihak yang digunakan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yang memperoleh subjek penelitian tersebut sehingga dengan teknik purposive sampling, peneliti memilih subjek Kepala Subbag Hubungan Masyarakat Polda Sulsel dan staff pengelola akun instagram *@polda_sulsel*.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek adalah mengkaji sesuatu dalam sebuah penelitian , sedangkan Subjek merupakan orang yang dijadikan narasumber dalam sebuah

penelitian. Objek pada penelitian ini ialah Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam membangun citra melalui media sosial instagram *@polda_sulsel*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif. Data kualitatif mengacu pada informasi yang berkaitan dengan aspek konseptual dari suatu masalah atau fenomena tertentu, dan tidak melibatkan data numerik. Penelitian kualitatif dilakukan melalui analisis sistematis dan interpretasi data yang ada. Penelitian ini sangat menekankan peran subjektivitas dalam penafsiran subjek penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan data dari sumber online serta wawancara yang dilakukan dengan berbagai pihak yang terafiliasi dengan Humas Polda Sulawesi Selatan.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu terdiri dari sumber data primer dan sekunder.

- 1) Data primer diperoleh melalui kerja lapangan yang melibatkan penggunaan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh melalui wawancara akan digunakan untuk mengetahui teknik yang diterapkan oleh Divisi Humas Polda dengan tujuan untuk memperbaiki persepsi masyarakat. Sebuah penelitian dilakukan untuk mengetahui dampak pendekatan strategis Polda dalam memperbaiki persepsi masyarakat melalui platform media sosial Instagram yaitu

@polda_sulsel. Dalam konteks penegakan hukum, dokumentasi berfungsi sebagai sarana pengumpulan data melalui penangkapan informasi visual, seperti foto dan film, yang diperoleh dari Kepolisian Daerah.

- 2) Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengakses berbagai sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data yang digunakan mencakup berbagai bahan ilmiah seperti buku, dataset, artikel jurnal, dan laporan yang berkaitan dengan domain Strategi Humas dan Peningkatan Citra. Tujuan dari data ini adalah untuk mengeksplorasi konsep teoritis yang digunakan dalam penelitian ini dan untuk memberikan landasan untuk melakukan analisis komparatif terhadap data yang dikumpulkan dari lapangan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian terdiri dari 4 teknik yaitu observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Penelitian ini hanya menggunakan 3 teknik dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan pokok persoalan yang akan diteliti. Metode tersebut antara lain:

1. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pengamatan langsung dan persepsi indra. Ada beberapa kriteria yang berkaitan dengan metode

observasi. Pertama, observasi harus digunakan dalam konteks penelitian dan harus direncanakan dengan cermat. Kedua, mereka harus selaras langsung dengan tujuan penelitian. Ketiga, pengamatan perlu dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan prinsip-prinsip yang menyeluruh.

2. Wawancara

Wawancara mengacu pada pertukaran pertanyaan dan jawaban verbal yang dilakukan secara langsung antara dua individu atau lebih. Tujuan utama wawancara adalah mengumpulkan data untuk keperluan penelitian melalui interaksi langsung antara pewawancara dengan responden atau informan. Selama penelitian, prosedur wawancara dilakukan dengan menggunakan pendekatan terfokus untuk mengumpulkan data yang komprehensif. Penelitian ini mempertahankan fokus tertentu dan tidak menyimpang dari ruang lingkup yang dimaksudkan.

3. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi mengacu pada proses pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai jenis dokumen. Strategi pengumpulan data yang digunakan

berfungsi sebagai sarana untuk melengkapi kekurangan data yang dikumpulkan sebelumnya. Berbagai sumber informasi dapat diakses melalui akun Instagram @polda_sulsel dan situs resmi yang dimanfaatkan Polda Sulsel.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam Teknik Menganalisis Data dapat dilakukan dengan beberapa tahapan analisis data, data tersebut antara lain:

1. Pengumpulan data lapangan

Pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara ke beberapa sumber terkait dengan strategi Divisi Humas Polda sulsel dalam membangun citra melalui sosial media instagram @polda_sulsel.

2. Klasifikasi Data

Klasifikasi data yang dilakukan untuk digunakan atau tidak digunakan dengan kajian penelitian terkait Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam membangun citra melalui sosial media Instagram @polda_sulsel.

3. Kesimpulan

Kesimpulan dilakukan setelah dilakukan analisis data yang telah diklasifikasi dan dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.6 Pengecekan Validitas Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan kredibilitas data adalah pendekatan triangulasi. Triangulasi sebagai strategi yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menjamin keabsahan data. Metodologi ini melibatkan referensi silang beberapa sumber, teknik, peneliti, dan teori untuk membandingkan dan memverifikasi informasi. Pemanfaatan triangulasi data merupakan suatu metode yang digunakan untuk memitigasi kesenjangan dalam membangun informasi faktual yang muncul dalam kerangka pengumpulan data mengenai beragam kejadian dan interaksi, dari beberapa sudut pandang.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Profil dan Sejarah Singkat Humas Polda Sulsel

Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan yang disingkat Polda Sulsel adalah pelaksana tugas Kepolisian Negara Republik Indonesia di wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Polda ini tergolong Polda Tipe A, karena dipimpin oleh seorang Kapolda yang berpangkat bintang dua (Irjen Pol).Dulunya Polda ini bernama Komando Kepolisian Daerah (Komdak atau Kodak) Hingga Juni 2016, Kapolri Jenderal Pol. Badrodin Haiti resmi melantik Kapolda Sulbar, menandai resmi berdirinya Polda Sulbar dan terpisah dari Polda Sulsel.

Polda Sulsel bertanggung jawab terhadap stabilitas keamanan di wilayah Sulsel. Provinsi Sulawesi Selatan terletak pada 0°12' - 8° IS dan 116°48' - 122°36' BT. luas wilayahnya adalah 45.764,53 km². Provinsi ini berbatasan dengan Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat di utara, Teluk Bone dan Sulawesi Tenggara di timur, Selat Makassar di barat, dan laut Flores di selatan. Sulawesi Selatan terdiri dari suku: Bugis, Makassar, Mandar, Toraja, Duri, Pattinjo, Bone, Maiwa, Endekan, Pattae dan Kajang/Konjo. Provinsi ini berperan sebagai pintu gerbang dan pusat pelayanan wilayah timur Indonesia.

Saat ini Polda Sulawesi Selatan dipimpin oleh Irjen Polisi Drs. Muktiono. Polda Sulsel membawahi seluruh Polda dan Polda yang ada di wilayah Sulsel. Menjaga keamanan dan ketertiban, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pembinaan dan pelayanan kepada masyarakat menjadi tugas utama Polda Sulsel.

4.1.2. Makna dan Arti Lambang Polda Sulsel



Gambar.5

Sumber: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:lambang_Polda_Sulsel.png

Bintang berujung lima melambangkan Pancasila. Perahu Phinisi melambangkan jiwa masyarakat Sulawesi Selatan yang merupakan pelaut gagah berani dan gagah berani serta melambangkan kebesaran semangat dan kemampuan suatu bangsa. Padi dan kapas melambangkan kemakmuran masyarakat Sulawesi Selatan dalam hal pangan dan sandang.

Hitam melambangkan keabadian. Warna merah melambangkan keberanian dan kebenaran. Warna kuning keemasan melambangkan kecintaan akan tugas terhadap kebesaran bangsa dan negara. Warna biru melambangkan kesetiaan terhadap tugas. Warna putih melambangkan kesucian yang artinya Polri selalu menjalankan tugasnya berdasarkan kesucian. Warna biru muda kehijauan melambangkan harapan dan kesuburan dalam perkembangan Polri dari masa ke masa.

4.1.3. Visi dan Misi Polda Sulsel

1. Visi

Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat serta menegakkan hukum serta memberikan pengayoman, perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat di lingkungan Polda Sulawesi Selatan dengan mewujudkan penampilan Polri yang profesional, bermoral dan modern dengan melaksanakan program dan kegiatan serta dukungan anggaran yang mempunyai telah disusun dalam Rencana Kerja dan Anggaran Satuan Kerja Polda Sulsel, sehingga dapat menciptakan situasi Kamtibmas yang kondusif di wilayah hukum Polda Sulsel.

2. Misi

- a. Memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat serta penegakan hukum agar masyarakat terbebas dari gangguan fisik dan psikis.
- b. Menekan gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat melalui kegiatan yang bersifat preventif, preventif, dan penegakan hukum secara profesional dan proporsional dengan menjunjung tinggi supremasi hukum dan hak asasi manusia untuk menciptakan kepastian hukum dan rasa keadilan.
- c. Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat dengan tetap memperhatikan norma dan nilai yang berlaku dalam kerangka masyarakat demokratis.

- d. Mengembangkan, memberdayakan dan memelihara materi logistik satuan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan pengembangan kekuatan dan penggunaan kekuatan operasional kepolisian.
- e. Melaksanakan tugas pokok dan fungsi Kepolisian oleh personel Kepolisian yang terampil, terpuji, dan taat hukum sehingga tercipta Kepolisian yang dapat dipercaya (Trust Building) oleh masyarakat.
- f. Melaksanakan upaya perpolisian masyarakat melalui kegiatan nyata berupa kunjungan, komunikasi, berbagi informasi dan upaya penyelesaian permasalahan sejak dini.

4.1.4. Bidang Humas Polda Sulsel

Bidang Humas Polda Sulsel merupakan salah satu bidang institusi Polri di Polda Sulsel yang menerapkan metode komunikasi untuk menciptakan pengelolaan dan penyampaian berita atau informasi kepada masyarakat. Kegiatan yang dilakukan pada bidang kehumasan lebih diarahkan untuk membentuk opini positif dan citra baik bagi institusi Polri. Saat ini Divisi Humas Polda Sulsel dipimpin oleh Kompol. Komang Suartana, S.H., S.I.K., M.H.

4.1.5. Visi dan Misi Bidang Humas Polda Sulsel

1. Visi

Terselenggarakannya pemberian informasi dan komunikasi melalui Media Massa secara terbuka dan transparan dalam mewujudkan pelayanan prima dibidang kehumasan sehingga menciptakan opini masyarakat yang positif terhadap Polda Sulsel.

2. Misi

- a. Menindaklanjuti Restra Polda Sulsel, Reformasi Birokrasi Polri dan Program *Quick Wins*, sebagai percepatan pencapaian *Trust Building*, melalui internalisasi, sosialisasi/promosi kebijakan kepada masyarakat guna memperoleh legitimasi dan dukungan serta partisipasi masyarakat.
- b. Menanggapi keingintahuan masyarakat, baik individu maupun masyarakat, terhadap kinerja Kepolisian dan menyentuh data/informasi tertentu, baik di bidang pengembangan maupun operasional Kepolisian;
- c. Mewujudkan personel Humas Polda Sulawesi Selatan yang mampu memberikan pelayanan kepolisian kepada masyarakat secara transparan, akuntabel, mudah dan murah serta manusiawi, khususnya dalam pelayanan informasi publik terkait keberadaan dan kinerja kepolisian;
- d. Membuka akses terhadap informasi guna memudahkan warga ketika ingin mendapatkan pelayanan kepolisian, dalam arti memberikan kepastian dimana, dimana dan dari siapa mereka bisa mendapatkan pelayanan kepolisian yang diinginkannya sesuai standar pelayanan (sehingga dapat menghindari kesan warga dipersulit oleh polisi ketika menginginkan layanan layanan polisi)
- e. Penerapan standar pelayanan yang jelas diharapkan dapat menciptakan kepastian hukum baik bagi masyarakat maupun Polri sebagai petugas yang melayani data/informasi, serta merupakan upaya untuk mencegah timbulnya risiko hukum terhadap kewajiban Polri dalam pelayanan publik.
- f. Mewujudkan Humas Polda Sulsel sebagai unit pengelola informasi publik, gudang data/informasi yang wajib ditangani oleh unit khusus, serta

didukung Sumber Daya Manusia yang mempunyai kompetensi di bidang pengelolaan informasi dan dokumentasi.

- g. Peningkatan kesiapan Divisi Humas Polda Sulsel mengenai kewajiban memberikan pelayanan informasi masyarakat dengan diterapkannya UU KIP sehingga Humas Polri sebagai *Front Office* perlu segera diwujudkan. Oleh karena itu diperlukan dukungan sumber daya manusia, sarana dan prasarana berbasis ICT, sistem dan metode serta anggaran yang memadai
- h. Mewujudkan fungsi Humas sebagai corong kelembagaan, fasilitator, pemberi informasi publik yang menindaklanjuti pengaduan masyarakat, memberikan informasi mengenai kebijakan, program, produk dan layanan kelembagaan, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta berperan sebagai penghubung penghubung antara lembaga dan pemangku kepentingan.

4.1.6 Akun Instagram @polda_sulsel

Pemanfaatan Instagram belakangan ini tidak hanya sekedar untuk berbagi informasi. Bagi institusi publik, Instagram juga berfungsi sebagai alat untuk membangun self-branding bagi penggunanya. Penyebaran konten di Instagram berupa video dan foto merupakan salah satu bentuk kegiatan PR kekinian. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk terlibat aktif dalam diskusi yang dibuat oleh pengguna lain. Perkembangan teknologi dan komunikasi massa telah melahirkan tren baru dalam dunia komunikasi. Perpaduan antara teknologi dan media kemudian memunculkan lahirnya media baru sebagai praktik jurnalisme dan proses

penyampaian pesan komunikasi dari komunikator ke komunikan. Tren baru ini juga telah melahirkan berbagai jenis media sosial yang digunakan masyarakat saat ini. Salah satunya adalah Instagram.

Konsep framing media pada Instagram dilakukan dengan pendekatan kreatif. Konsep tersebut diusung oleh para konten kreator dan disebarakan melalui Instagram dengan tujuan untuk meningkatkan citra Polda Sulsel yang akan menghasilkan berbagai macam pengaruh. Berbagai pengaruh yang disasar tersebut mengubah citra Polda Sulsel menjadi lebih baik, lebih terdidik, memberikan pengaruh positif dan lebih religius. Sebagai pecinta media sosial, ada banyak media sosial yang bisa dipilih oleh para komunikator, salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dijadikan media untuk meningkatkan citra Polda Sulse. Melalui Instagram, Divisi Humas Polda Sulsel membagikannya dengan memposting video, sehingga masyarakat dapat melihat dan mendengar pesan edukasi dan kinerja yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan. di Instagram. Saat ini membangun image melalui Instagram memudahkan masyarakat mengakses realitas kinerja Polda Sulsel, karena Instagram merupakan media yang memiliki banyak pengguna dari berbagai lapisan masyarakat. Instagram sebagai salah satu platform media sosial terpopuler di kalangan generasi muda Indonesia menciptakan dan memperluas ruang-ruang alternatif untuk membangun jati diri Polda Sulsel sebagai pengabdian utama bangsa. Memanfaatkan teknologi Instagram dengan bahasa visualnya. Melalui Divisi Humas Polda Sulsel yang memanfaatkan Instagram sebagai media pembuatan konten edukasi yang bertujuan membangun citra Polda Sulsel.

4.2 Profil Informan

Dalam penelitian, informan sangat diperlukan untuk membantu dalam memperoleh data dan informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti memilih (2) informan yang dianggap mengetahui permasalahan di lapangan. Informan yang dimaksud adalah 1 (satu) Ba Multimedia di bawah Humas Polda, bagian pengumpulan dan pengolahan informasi dan pendokumentasian, 1 (satu) Ba Multimedia di bawah Humas Polda, ada juga bagian untuk merencanakan dan melaksanakan kerja sama dan kemitraan di bidang media massa. Sedangkan fungsi Kepala Humas sendiri adalah sebagai pengambil keputusan atas segala informasi yang direfleksikan melalui media sosial Instagram.

No	Nama	Usia	Jabatan
1	Kombes Pol. Komang Suartana, S.H., S.I.K., M.H	51 Tahun	Kabid Humas Polda Sulsel
2	Bripda Muhammad Ruslan	24 Tahun	Ba Multimedia bid Humas Polda Humas
3	Bripda Farid Punjabi	26 Tahun	Ba Multimedia bid Humas Polda Humas

Tabel 4.2 Data Informan

4.3. STRATEGI DIVISI HUMAS POKDA SULSEL DAJAM MEMBANGUN CITRA MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @polda_sulsel

Hasil penelitian ini diperoleh dari observasi dan wawancara yang dilakukan di kantor humas Polda Sulawesi Selatan. Humas Polda Sulawesi Selatan merupakan Humas yang bertugas melaksanakan kegiatan kehumasan, memproduksi, mengolah informasi, menyajikan data dan mendokumentasikan kegiatan kepolisian yang dapat diakses oleh masyarakat.

Pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan Polda Sulawesi Selatan untuk membangun citra institusi dilakukan dengan memberikan informasi masyarakat yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram *@polda_sulsel* banyak menampilkan konten Instagram mengenai informasi berita terkini yang sedang tren, seperti peran polwan pada pemilu 2024, informasi layanan SKCK, dan kegiatan yang dilakukan Polda Sulsel.

Instagram resmi Polda Sulsel dengan nama akun *@polda_sulsel* dengan 46.700 pengikut dan 12.835 postingan berhasil memberikan layanan informasi masyarakat dalam membangun citra institusi. Perkembangan media informasi saat ini menjadikan media sosial sebagai suatu kebutuhan bagi masyarakat dalam mencari informasi yang dibutuhkannya, oleh karena itu media sosial digunakan untuk memudahkan penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, baik informasi tentang individu maupun instansi dan lembaga lainnya. Instagram merupakan salah satu hal yang dianggap penting dan sangat membantu dalam menyebarkan informasi demi pengenalan, membangun citra dan menyebarkan informasi tentang instansi pemerintah seperti Polda Sulawesi Selatan.

Instagram resmi *@polda_sulsel* merupakan Instagram yang digunakan sebagai media penyebaran informasi yang dibuat pada tahun 2016. Saat itu Instagram merupakan media sosial yang sedang digandrungi masyarakat dan menjadi perubahan trend saat ini sehingga menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digandrungi. diakses secara luas oleh masyarakat khususnya generasi milenial dan generasi Z. Konten-konten yang disediakan disediakan di media sosial Instagram untuk meningkatkan citra institusi berupa informasi atau berita terkini yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sehingga diharapkan media sosial Instagram dapat memperbaiki citra institusi.

Berikut langkah strategi yang dilakukan oleh humas polda sulsel dalam pengelolaan atau mengelola media sosial instagram sebagai berikut:

1. Pianning

Perencanaan konten Instagram merupakan rencana aksi atas ide-ide informasi yang akan dipublikasikan kepada audiens di Instagram. Informasi tersebut diambil dari informasi yang telah ada di lapangan dibawah naungan Polda yaitu Polda yang akan diterbitkan dengan tujuan untuk melakukan edukasi, merayakan hari raya, informasi tentang kegiatan kepolisian terhadap masyarakat, informasi pelayanan. skck, dan lain-lain.

2. Design Graphic

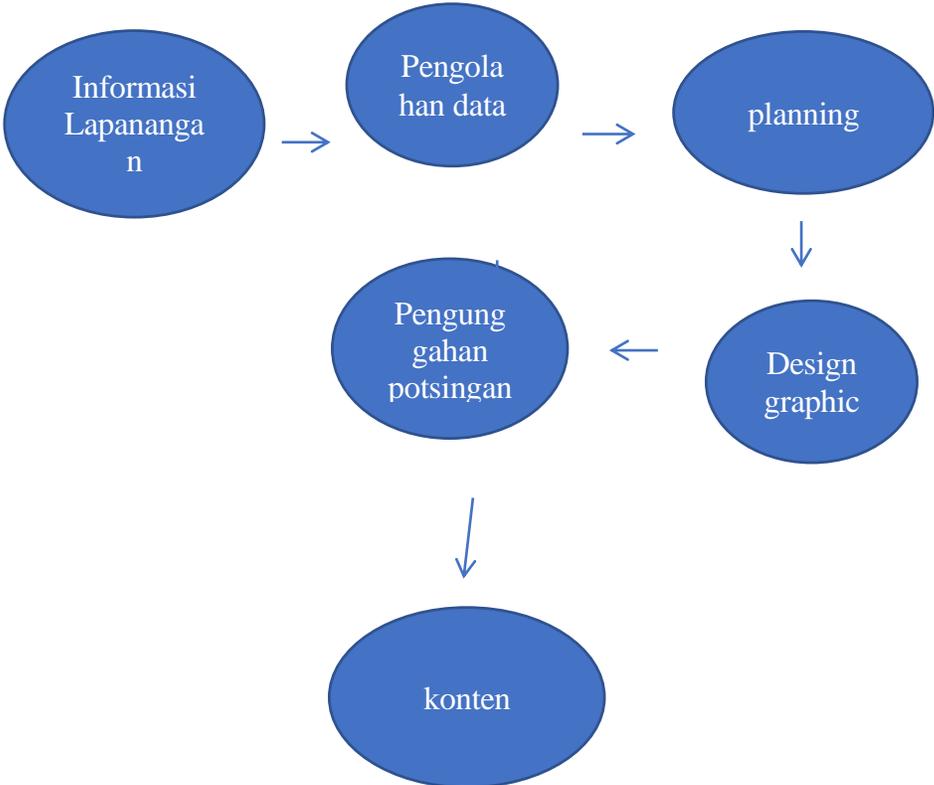
Visualisasi suatu informasi yang dirancang secara eye catching dan on point merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pengelolaan Instagram agar informasi tersebut dikemas dengan indah dan jelas sehingga para follower Instagram Polda Sulsel pun senang untuk mem-follow atau menunggunya. postingan dari Polda Sulsel.

3. Pengunggahan Konten Instagram

Tahap perencanaan program selanjutnya adalah tahap memasukkan berita atau konten ke dalam media sosial instagram Polda Sulsel. Tahapan ini merupakan tahap yang harus dilakukan secepat mungkin, ketika sumber berita sudah dibuat, dalam hal ini tahap memasukkan konten atau mengunggah konten ke media sosial Instagram harus tepat waktu. Dilihat dari followernya yang intens atau aktif setiap saat, hal itu terlihat.

“Yang kami lakukan yang pertama yaitu mengumpulkan informasi yang telah terjadi dilapangan, selanjutnya konten akan disusun berdasarkan pedoman yang telah ditetapkan oleh BidHumas. Selanjutnya setiap kontennya itu disaring untuk memastikan kesesuaiannya dengan nilai dan misi polda sulsel sebelumnya diposting.” (Bripda Farid, wawancara 28 September 2023)

Tahapan Taking Action And Comunication



Sumber : Hasil Olahan Sendiri

Table 4. Hasil Analisis Instagram : Strategi Divisi Humas Polda Dalam Memperbaiki Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel



NO	Kategori image repair	Sub Kategori	Pengunggahan Konten	Analisa
1	<i>Reducing Offensiveness</i>	<i>Bolstering</i>	<p>Konten instagram Reels Pengadaan sumur bor dari polres sidrap untuk warga</p> <p>Dengan Caption:</p> <p>Wujud Polri Selalu Hadir Untuk Masyarakat Pengadaan Sumur Bor Dari Polres Sidrap Untuk Warga</p>	<p>Dalam unggahan reels instagram polda sulsel menekankan atribut positif dengan membantu kepentingan masyarakat sekitar yang di tangani oleh polres sidrap.</p> <p>Menekankan pula atribut positif melayani masyarakat dengan mengadakan sumur bor untuk warga kel . empange disaat kondisi musim kemarau yang dimana turun nya debit air di desa tersebut.</p>
2	<i>Corrective Action</i>			<p>Dalam unggahan ini menjanjikan tindakan positif kepada masyarakat untuk pengadaan Sumur Bor dari polres sidrap untuk warga dengan mengharapkan citra positif bisa kembali.</p>

Pada postingan reels instagram ini memiliki pesan yang bagus dalam memperbaiki citra polda sulsel dan polres sidrap dalam melayani masyarakat. Di unggahan tersebut terdapat temuan penggunaan kategori *reducing offensiveness* dengan sub kategori bolstering seperti di caption unggahan “Wujud Polri Selalu Hadir Untuk Masyarakat Pengadaan Sumur Bor Dari Polres Sidrap Untuk Warga”.

“Saat ini kami membuat tagar #BersamaBerbagiKebaikan strategi ini kami gunakan untuk upaya polda dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat dengan memberikan bantuan sosial dan kami juga mengunjungi warga yang ada dipelosok” (Bripda Farid, wawancara 28 september 2023)

Strategi ini yang paling banyak digunakan dalam media sosial instagram @polda_sulsel karena dengan mengutip tindakan-tindakan positif dan bisa diterima publik dengan baik khususnya menggunakan sub kategori bolstering.

Alasan penggunaan strategi ini semakin kuat jika melihat hasil penelitian dari haigh & brubaker (2010) yang menyatakan, *Reducing Offensiveness* dapat meningkatkan persepsi organization-public relationship (OPR), sebuah pengelolaan hubungan antara organisasi dan publik

Table 5. Hasil Analisis Instagram : Strategi Divisi Humas Polda Dalam Memperbaiki Citra Melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsei



No	Kategori Image Repair	Sub Kategori	Unggahan Postingan Instagram	Analisa
1	<i>Reducing Offesiveness</i>	<i>Bolstering</i>	<p>Konten instagram Reels 25 september 2023 "Dekati Diri Dengan Masyarakat"</p> <p>Usai Sholat Berjamaah Satbinmas Polres Pelabuhan Makassar Sampaikan Pesan Kamtibmas dan Paham Radikalisme</p> <p>HUMDER - Dekat diri dengan Masyarakat, Satbinmas Polres Pelabuhan Makassar melaksanakan Shalat Dzuhur secara berjamaah di Masjid Barukang sekaligus memberikan binluh</p> <p>"Usai Sholat berjamaah, Personil Satbinmas</p>	<p>Melakukan atribut positif dengan melakukan komitmen "dekati dengan dengan masyartakat "yang terintegrasi dengan motto polri #baktipolriuntuknegeri</p>

2.	<i>Corrective Action</i>		<p>Aipda Ikbal memberikan tausiah menjaga kamtibmas di lingkungan hidup bermasyarakat"Ujar Kasi Humas IPTU Hasrul, Jum'at (22/09/2023)</p> <p>"Pada kegiatan kultum tersebut, personil Satbinmas mengingatkan warga selaku pemeluk agama Islam harus perilaku baik dan mencegah perbuatan buruk dalam istilah amar makruf nahi mungkar" terang Kasi Humas IPTU Hasrul</p>	<p>Memberikan Nasihat atau tausiah Dengan Menyampaikan Hadist dari nabi Muhammad saw, yang jadi pedoman umat islam, sehingga tindakan tersebut dapat tersampaikan dengan baik agar kedepannya masyarakat meniru perilaku teladan Rosulullah Saw.</p>
3	<i>Reducing Offensiveness</i>	<i>Differentiation</i>	<p>"Seperti bunyi hadist Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam yaitu "Barangsiapa di antara kamu melihat kemungkaran, hendaklah ia mencegah kemungkaran itu dengan tangannya. Jika tidak mampu, hendaklah mencegahnya dengan lisan, jika tidak mampu juga, hendaklah mencegahnya dengan hatinya. Itulah selemah-lemah iman" Ucap IPTUHasrul</p> <p>"Selain itu, Satbinmas mengajak masyarakat</p>	<p>Mencoba Menedukasi masyarakat dengan cara menyampaikan "jangan mudah percaya isu ataupun berita bohong yang tidak jelas kebenarannya"</p>

4	<i>Evasion of Responsibility</i>	<i>Good Intention</i>	<p>jangan mudah percaya isu ataupun berita bohong yang tidak jelas kebenarannya. Mari rapatkan barisan tolak dan cegah masuk serta berkembang nya paham Radikalisme/Terrorisme persempit ruang gerak pelaku tindak pidana Terrorisme dan apabila menemui hal yang mencurigakan segera kordinasi dengan RT/RW dan informasikan pada Polri" jelas Kasi Humas Polres Pelabuhan Makassar.</p> <p>#BaktiPolriUntukNegeri</p> <p>Usai Sholat Berjamaah Satbinmas Polres Pelabuhan Makassar Sampaikan Pesan Kamtibmas dan Pahami Radikalisme</p>	<p>Memberikan edukasi kepada masyarakat terhadap paham Radikalisme. Hal ini menunjukkan pengakuan bahwa semuanya berawal dari niat yang baik dan sama sekali tidak ada maksud untuk membuat kesalahan karena Radikalisme dianggap sikap yang dapat memicu konflik.</p>
---	----------------------------------	-----------------------	---	--

Isi dari postingan instagram yang kedua dengan unggahan postingan “dekati diri dengan masyarakat”. Temuan kategori *Reducing Offensiveness*.

“Banyak sekali upaya yang kita lakukan, yang pertama itu kita melaksanakan kemitraan dengan tokoh-tokoh masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh adat. Kita juga secara khusus melakukan kemitraan kepada para wartawan dan jurnalis dapat membantu kita menyebarkan berita-berita positif. Saat ini kami membuat tagar #poldapeduli strategi ini kami gunakan untuk upaya polda dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat dengan membantu masyarakat dalam kesulitan, termasuk mengungkap kejahatan-kejahatan yang menonjol, itu yang harus kita unggah di konten media sosial juga mengunggah kegiatan polisi humanis, maksudnya yaitu kegiatan anggota kepolisian yang didesa terpencil dalam mendidik masyarakat tersebut atau membina masyarakat tersebut. Pendekatan itu yang terus kita laksanakan. .” (Bripda Muhammad Ruslan, wawancara 28 September 2023).

Strategi yang digunakan adalah Mengurangi Serangan. Strategi Bolstering ini dapat mengubah cara pandang seseorang dengan melakukan tindakan positif yang telah dilakukan di masa lalu. Terdakwa memang bisa meringankan dakwaan yang dijatuhkan padanya agar segala perbuatan yang dilakukannya bisa diterima dengan baik oleh masyarakat dan pada akhirnya bisa memperbaiki citranya yang sempat melemah.

Sub kategori pengurangan ketersinggungan ada satu, yaitu diferensiasi yang tidak ditemukan pada postingan atau unggahan Instagram sebelumnya “Pengadaan sumur bor dari Polsek Sidrap untuk warga” pada tabel 1. Hal ini terlihat pada kutipan “mengundang masyarakat” jangan mudah percaya rumor atau berita palsu yang tidak benar, kebenarannya jelas.” Diferensiasi digunakan untuk menempatkan tindakan atau peristiwa tersebut dalam konteks dengan tindakan/peristiwa lain yang lebih

ofensif (yang mungkin saja dilakukan oleh orang lain) dan digunakan untuk berargumentasi bahwa jika dibandingkan maka tindakan/peristiwa yang terjadi tersebut tidak ada artinya (W. I Benoit, 1995). Dan ada Tindakan Korektif.

Table 6. Hasil Analisis Instagram : Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dan Memperbaiki Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel



NO	Kategori image repair	Sub Kategori	Pengunggahan Konten	Analisa
1	<i>Reducing Offensiveness</i>	<i>Minimization</i>	Sebanyak 10,2 ton sabu dan 116.346 ekstasi beserta 884 tersangka berhasil diamankan petugas, selain itu petugas juga turut mengamankan aset tersangka senilai Rp. 10,5 triliun.	polri menerima apresiasi hingga mendapatkan penghargaan Museum Rekor Indonesia setelah berhasil mengungkap jaringan narkotika sebagai wujud komitmen polri dalam memberantas narkotika.
2	<i>Evation of Responsibility</i>	<i>Accident</i>		Polri mendapatkan penghargaan Museum Rekor Indonesia, tindakan seperti ini dapat menunjukkan tanggung jawab dan konsekuensi yang telah diperoleh dari penanganan kasus yang telah diselesaikan. Ini merupakan bahwa pengakuan hal positif yang terjadi tidak terduga.

Pada postingan reels instagram ini diatas memiliki tujuan dalam membangun citra polisi. Di unggahan tersebut temuan penggunaan kategori Reducing Offensiveness dengan sub kategori Minimization seperti di caption tersebut.

“Kita bisa melihat dari banyaknya followers atau banyaknya like dan sejauh ini karena yah lumayan banyak sehingga saya melihat tanggapan ataupun saran masukan masyarakat diinstagram kami cukup aktif, kami melihat sejauh ini masyarakat menanggapi media sosial kami cukup baik dan cukup antusias. Alhamdulillah, kemarin sudah dapat piagam raih penghargaan di “police award” 2023. Dengan penghargaan ini banyak upaya yang dilakukan dalam pengukuran peningkatan keterlibatan media sosial dari tahun ke tahun yang terus meningkat sehingga memberikan bukti positif tentang keberhasilan BidHumas”. (Bripda Farid, wawancara 28 September 2023)

Strategi yang digunakan dengan meminimalisir perasaan negatif melalui persuasi-persuasi kepada publik dan berupaya meyakinkankan publik bahwa suatu krisis tidak seburuk yang dipikirkan, dipersepsikan, atau yang terjadi. Kategori ini mengusulkan “pembenaran” atau memperkecil kerusakan dianggap) sebagai strategi yang mungkin bisa dijalankan.

Table 7. Hasil Analisis Instagram : Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dan Memperbaiki Citra melalui Sosial Media Instagram @polda_sulsel



NO	Kategori image repair	Sub Kategori	Pengunggahan Konten	Analisa
1	<i>Evation of Responsibility</i>	<i>Good Intention</i>	Tetap selalu waspada, awas akun bank bodong, kenali ciri-cirinya!	Polda sulsel mengantisipasi adanya akun bank bodong yang tersebar dimasyarakat. Yang dimana penipu menghubungi masyarakat untuk menanyakan sejumlah hal yang bersifat privasi. Sehingga postingan ini ingin mengetahui masyarakat terhafap ciri-cirinya.

Pada postingan diatas menunjukkan strategi yang digunakan dalam mengantisipasi adanya akun bank bodong yang terjadi dimasyarakat yaitu menggunakan Evation of Responsibility denagn sub kategori Good Intension.

Table 8. Frekuensi Penggunaan strategi Image Repair dari ketiga postingan

NO	Kategori Image Restoration	Unggahan pertama	Unggahan Kedua	Unggahan Ketiga	Unggahan keempat	Total
1	Denial	-	-	-	-	-
2	Evading Responbility	-	1	1	1	3
3	Reducing Offensiveness	1	2	1	-	4
4	Corrective Action	1	1	-	-	2
5	Mortification	-	-	-	-	-

Dari ketiga unggahan konten Instagram tersebut terlihat bahwa setiap unggahan atau postingan memuat atau menggunakan 2 strategi berbeda dan restorasi sub gambar yang berbeda. Namun secara keseluruhan, reduksi ofensif merupakan penggunaan yang paling dominan dilakukan oleh akun @polda_sulsel untuk meningkatkan citra Polda Sulsel karena baik pada unggahan pertama, kedua, dan ketiga mereka konsisten menggunakan strategi reduksi ofensif yang digunakan untuk meredam persepsi negatif masyarakat. bahwa perbaikan citra diharapkan dapat tercapai dengan baik.

Penggunaan strategi ini, termasuk dalam kategori strategi jangka menengah (Bolstering, Differentition), harus dilakukan secara hati-hati karena dapat dilihat

sebagai “memusatkan perhatian” (Chaffer & Metzger, 2001), terutama ketika khalayak kritis terhadap organisasi. Selain itu, strategi ini bisa lebih persuasif bila disampaikan oleh pihak ketiga yang netral dibandingkan organisasi itu sendiri

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil data temuan dalam penelitian ini, dengan observasi secara langsung dan menganalisis hingga wawancara secara langsung maupun secara virtual dengan beberapa informan, maka peneliti akan membahas tentang Strategi Divisi Humas Polda Sulsel dalam membangun citra melalui Sosial Media Instagram *@polda_sulsel*.

4.4.1 Strategi Divisi Humas Polda Sulsel Dalam Membangun Citra melalui Sosial Media Instagram *@polda_sulsel*.

Dalam membangun Citra Polda Sulsel, Divisi Humas Polda Sulsel menggunakan strategi Teori Image Restoration. Setiap strategi yang dijalankan oleh Divisi Humas, tentunya memerlukan beberapa tahapan dalam merealisasikan strategi tersebut. Strategi-Strategi tersebut dapat dikelompokkan kedalam beberapa aspek, yaitu:

1. Denial (Penyangkalan).

Dalam hasil penelitian diatas, postingan Humas Polda Sulsel tidak ditemukan strategi yang melakukan teknik penyangkalan (*simple denial*). Selain itu juga tidak ditemukan teknik *shifting the blame* atau mengalihkan suatu kesalahan kepada orang lain. Dari hasil analisis, polda sulsel tidak melakukan strategi ini, padahal strategi ini sangat berpengaruh dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat melalui Instagram

dengan mengakui kesalahan yang ada. Melalui Instagram, Polda Sulsel juga dapat memposting pernyataan yang jujur dan transparan tentang apa yang terjadi. Dalam teori analisis SWOT terkait kelemahan (weekness) merupakan keterbatasan yang dihadapi perusahaan, seperti teknologi yang sudah ketinggalan zaman, kurangnya sumber daya, atau praktik manajemen yang buruk (Minister of Finance of the Republic of Indonesia, 2020). Setelah mengidentifikasi kelemahan internal yang mungkin telah berkontribusi pada insiden tersebut, Polda Sulsel dapat menggunakan teknik penyangkalan, untuk merencanakan respons. Teknik penyangkalan dapat digunakan untuk menyangkal atau menegasi kesalahan yang terkait dengan kelemahan tersebut, jika sesuai dengan situasi dan strategi komunikasi.

2. Evading of Responsibility (strategi menghindari tanggung jawab)

Strategi ini melakukan menghindari tanggung jawab atas tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk menerima konsekuensi atas tindakan yang dilakukan. Dalam hasil penelitian, postingan yang diunggah polda sulsel merujuk kepada strategi yang digunakan. Sub kategori yang digunakan pada hasil penelitian diatas ialah:

a. *Accident*. Strategi ini melakukan pengakuan bahwa hal yang dilakukan Polda Sulsel tidak terduga seperti yang ada di postingan Polri mendapatkan penghargaan Museum Rekor Indonesia, tindakan seperti ini dapat menunjukkan tanggung jawab dan konsekuensi yang telah diperoleh dari penanganan kasus yang telah diselesaikan. Ini merupakan bahwa pengakuan hal positif yang terjadi tidak terduga.

b. *Good Intention*. Strategi ini melakukan pengakuan bahwa semuanya berawal dari niat yang baik dan tidak ada maksud untuk membuat kesalahan di masa lalu. Strategi yang digunakan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat terhadap paham radikalisme yang dapat menimbulkan konflik dan mengantisipasi kepada masyarakat untuk berhati-hati dengan adanya akun bank bodong yang tersebar dimasyarakat.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) merupakan teori utama dalam membahas komunikasi krisis. Hal ini karena SCCT kerangka tindakan bagi manajer krisis untuk menyesuaikan strategi komunikasi krisis dengan tingkat tanggung jawab *stakeholder* dan ancaman reputasi yang disebabkan oleh krisis. Dampak buruk krisis terhadap reputasi mengarahkan manajemen ke pemilihan strategi komunikasi untuk menanggapi krisis. Ancaman reputasi didefinisikan sebagai seberapa besar kerusakan yang diakibatkan krisis jika organisasi tidak mengambil tindakan untuk menanggapi krisis. Ancaman reputasi dapat disebabkan oleh tanggung jawab krisis awal, sejarah krisis dan reputasi sebelum krisis. Dengan pertimbangan tersebut, maka peneliti cukup yakin teori SCCT masih adaptif untuk menganalisis krisis yang terjadi di media sosial. Dari contoh jurnal yang peneliti dapatkan *Posting* iklan Indosat dengan *tagline* “Liburan ke Aussie Lebih Mudah Dibanding ke Bekasi” pada 8 Januari 2015 mendapat kritikan keras dari warga Bekasi. Satu hari berikutnya bahkan hampir berakhir anarkis. Pada 10 Januari 2015, manajemen Indosat mengirim siaran pers untuk meminta maaf kepada warga Bekasi dan menarik semua *posting* iklan tersebut (Pratiwi, 2018). Sejak awal terjadinya krisis, polda sulsel seharusnya mengkomunikasikan tiga informasi dasar, yaitu: Penyebab terjadinya krisis termasuk siapa saja yang menjadi korban, mengatasi masalahnya dan dampaknya, dan yang

paling menonjol menyatakan kesedihan, prihatin, bela sungkawa, mohon maaf terlepas itu benar ataupun salah dengan tujuan untuk mengurangi efek negatif dari krisis.

3. Reducing Offensiveness (strategi mengurangi serangan).

Strategi ini dikondisikan oleh pihak yang melakukan kesalahan, bahwa pantas untuk diberikan keringanan. Caranya dengan menggunakan langkah, sebagai berikut:

a. *Bolstering*. Strategi ini dilakukan dengan mengutip-mengutip tindakan positif yang dilakukan di masa lalu sehingga bisa diterima dipublik. Hal ini Menentukan Konten Positif. Strategi Humas Polda terhadap keterbukaan informasi masyarakat dalam menyampaikan berita-berita positif ini penting dilakukan secara konsisten. Divisi Humas Polda Sulsel perlu terus berkomunikasi dengan masyarakat melalui platform Instagram dan mengikuti berbagai kegiatan positif yang dapat menunjukkan bagaimana Polda Sulsel dalam mendukung dan melindungi masyarakat sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan pemberitaan yang menggambarkan keberhasilan kerja kepolisian yang berperan penting dalam meredam dampak pemberitaan negatif.

b. *Minimization*. Upaya yang dapat mengurangi perasaan negatif dengan cara meyakinkan publik bahwa yang terjadi tidak seburuk yang dipikirkan. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa polri menerima apresiasi hingga mendapatkan penghargaan Museum Rekor Indonesia setelah berhasil

mengungkap jaringan narkoba sebagai wujud komitmen polri dalam memberantas narkoba. Strategi ini dapat membangun citra positif polri.

c. *Differensiasi*. Strategi ini membuat perbedaan kesalahan yang telah dilakukan orang lain dan juga melakukan hal yang sama. Dalam hasil penelitian, Mencoba Mengedukasi masyarakat dengan cara menyampaikan “jangan mudah percaya isu ataupun berita bohong yang tidak jelas kebenarannya”

Menurut teori apologia yang termasuk kedalam genre retorika teori apologia merujuk pada upaya pertahanan diri (self-defense) terhadap suatu tuduhan maupun serangan. Teori ini membahas mengenai strategi yang tepat dalam merepons krisis yang dapat mengatasi berbagai isu yang berpotensi merusak reputasi (Salma, 2018). Seharusnya polda ssel menjalin keterbukaan antara kepolisian dengan masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar tidak muncul informasi-informasi yang tidak benar mengenai isu-isu yang beredar. Selain itu, keterbukaan informasi juga dapat mencegah timbulnya persepsi-persepsi yang negatif dari masyarakat terhadap kepolisian.

4. Corrective Action (tindakan korektif).

Strategi ini melakukan hal yang menjanjikan dengan tujuan untuk memperbaiki kesalahan agar kedepannya diharapkan citra positif lebih baik lagi. Dalam penelitian ini. Dalam unggahan ini menjanjikan tindakan positif kepada masyarakat untuk pengadaan Sumur Bor dari Polres Sidrap untuk warga dengan mengharapkan citra positif bisa kembali. Memberikan nasihat atau tausiah dengan menyampaikan hadis sehingga menjadi pedoman bagi umat muslim agar dapat tersampaikan dengan baik kedepannya masyarakat meniru perilaku teladan Rasulullah. Upaya yang dilakukan

polda sulsek ini sebenarnya sudah sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Benoit. Namun dalam penelitian sebelumnya bahwa polri melakukan pengusutan hingga tuntas sekaligus melakukan investigasi terkait peristiwa yang telah terjadi. Namun polda sulsek tidak melakukan pengusutan terhadap isu yang telah beredar, sehingga isu yang terjadi diabaikan begitu saja. Polda Sulsek tidak melakukan pengusutan terhadap berita negatif yang ada di website padahal ini sangat penting untuk memperbaiki kesalahannya agar citranya menjadi positif lagi kedepannya.

5. Mortification (menanggung akibat krisis)

Strategi ini melakukan pengakuan atas kesalahan yang diperbuat, dengan meminta pengampunan atas tindakan yang dilakukan. Strategi ini tidak digunakan di postingan Polda Sulsek karena tidak ditemukan klarifikasi yang dilakukan polda sulsek. Hal ini sangat cocok untuk membangun citra polda sulsek dengan mengklarifikasi masalah atau isu yang terjadi di Polda Sulsek. Menurut model komunikasi krisis yang dikembangkan oleh *W. Timothy Coombs*, mengkaji situasional *Crisis Communication Theory* merancang pesan yang diaplikasikan dalam komunikasi krisis (Saputra, 2020, p. 194) konsep mortification salah satu tahap respons krisis. Model ini membantu memahami bagaimana merespons insiden atau kesalahan dengan teknik mortification sebagai langkah yang sangat penting dalam memulihkan citra. Hal ini sangat penting untuk dilakukan karena data/survey yang peneliti dapatkan penting untuk diaplikasikan di Instagramnya dengan menggunakan mortification polda sulsek dapat membangun image Polda Sulsek.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data Humas Polda Sulawesi Selatan merupakan Humas yang bertugas melaksanakan kegiatan kehumasan, memproduksi, mengolah informasi, menyajikan data dan mendokumentasikan kegiatan kepolisian yang dapat diakses oleh masyarakat. Pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan Polda Sulawesi Selatan untuk membangun citra institusi dilakukan, dengan memberikan informasi kepada masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram *@polda_sulsel* banyak menampilkan konten Instagram mengenai informasi berita terkini yang sedang tren, kegiatan humanis, memberikan edukasi. Hal ini dapat dilihat dari postingan yang dibagikan pada akun Instagram *@polda_sulsel* mengenai strategi divisi Humas dalam membangun citranya melalui media sosial Instagram *@polda_sulsel*. Akun Instagram *@polda_sulsel* untuk membangun dan memulihkan, postingan dengan strategi Image Restoration. Mengurangi Serangan, Menghindari Tanggung Jawab, Tindakan Korektif sangat banyak digunakan pada akun Instagram *@polda_sulsel*. Dari unggahan atau postingan, menggunakan 3 strategi berbeda dan restorasi sub kategori berbeda. Namun secara keseluruhan, *Reducing Offensiveness* merupakan penggunaan yang paling dominan dilakukan oleh akun *@polda_sulsel* karena konten yang dihasilkan oleh *@polda_sulsel* adalah konten edukasi, pelayanan publik, kegiatan kemanusiaan, dan program kerja untuk meningkatkan citra Polda Sulsel karena pada unggahan pertama, kedua, ketiga, dan keempat.

Mereka konsisten menggunakan strategi tersebut. *Reducing Offensiveness* digunakan untuk mengurangi persepsi negatif masyarakat sehingga diharapkan membangun citra dapat tercapai dengan baik. Sedangkan kategori Denial dan Mortification tidak digunakan sama sekali di akun Instagram *@polda_sulsel*. Dari sinilah peneliti mengetahui strategi yang digunakan divisi Humas Polda Sulsel dalam membangun citra melalui sosial media instagram dengan menggunakan Image Restoration.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah penulis tentang “Strategi Divisi Humas Polda dalam memmbangun Citra melalui Sosial Media Instagram *@polda_sulsel*” selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan serta menambah referensi program dalam memperbaiki Citra Positif melalui osial Media Instagram antara lain: dari penelitian yang telah dilakukan,

1. Diharapkan agar humas polda perlu memperbaiki Humas Polda sebaiknya memanfaatkan semua fitur-fitur yang ada untuk kepentingan Humas Polda Sulsel dalam membangun citra positifnya, humas polda Sulsel harus berusaha lebih keras dalam menyampaikan pesan sebagai bentuk keterbukaan informasi sehingga masyarakat akan menaruh kepercayaan kepada mereka.
2. Diharapkan agar Humas Polda Sulsel mampu membuat program-program yang kreatif lagi dan menarik perhatian masyarakat. Agar eksistensinya dimata khalayak terutama masyarakat Kota Makassar akan terus ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. N., & Fauzi, R. (2021). Strategi Humas Kepolisian dalam Membentuk Citra Organisasi Polri. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(1), 429-436.
- Al-Nur, W. R. (2019). Strategi Hubungan Masyarakat dalam Pelaksanaan Fundraising di MI Diponegoro 1 Purwokerto Ior. *Jurnal Kependidikan*, 7(2), 166-178.
- Arif, M. F. A. (2023). Peran Divisi Humas Polda DIY Dalam Membangun Citra Positif. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 4(1), 30-44.
- Febrianto, R., Firmansyah, D., & Claretta, D. (2022). Analisis Strategi Humas Polrestabes Surabaya Dalam Mempertahankan Citra Kepolisian. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 228-234.
- Iani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *IONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130-140.
- Kristianti, I. E., Luqman, Y., & Rakhmad, W. N. (2022). KRISIS KOMUNIKASI DI TINGKAT ORGANISASI: ANALISIS POLA KOMUNIKASI KRISIS AIESEC CABANG SEMARANG PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Interaksi Online*, 10(3), 96-105.
- Muharman, N., Azman, Z., & Sari, T. A. (2021). Strategi Humas Polsek Bendahara Dalam Menciptakan Citra Positif Dimata Masyarakat Pasca Kasus Tewasnya Pelaku Dugaan Penyalahgunaan Narkotika. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 83-93.

- Nur'aini, A. N., Pradana, B. C. S. A., & Hakim, I. (2022, August). Strategi Humas Polrestabes Surabaya dalam Mempertahankan Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram Akun@ Humaspolrestabessurabaya. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi*(Vol. 1, No. 01, pp. 203-208).
- Oktavianti, R. N., & Maring, P. (2021). Peran Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Citra Kepolisian Melalui Instagram. *PANTAREI*, 5(03).
- Purnomo, Y. B. A., & Sadono, T. P. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POIDA JATIM DAIAM MENINGKATKAN CITRA IEMBAGA KEPOIISIAN. *REIASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 2(04), 7-13.
- Puspadewi, I. D. A., & Siswadi, G. A. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Citra Diri Remaja pada Santy Sastra Public Speaking. *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi HIndu*, 2(1), 213-224.
- Priscilla, J., & Lestari, P. (2020). Model komunikasi krisis pelayanan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 39-50.
- Rueyanno, R. R., & Andhita, P. R. (2021). Implementasi Image Restoration Theory Dalam Film Hancock. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 150-168.
- Sari, I. W., & Islam, P. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Hendrar Prihadi Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik.
- Wardani, E. F. J., Vidyarini, T. N., & Yogatama, A. (2022). Restorasi Citra Maybank Melalui Media Online Tribunnews. com Dan Detik. com. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(1).

Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS:
ANALISIS SWOT DALAM MANAJEMEN KEUANGAN
PERUSAHAAN. *JURNAL MANEKSI*, 12(1), 22-28.

Lampiran

Lampiran Hasil Wawancara

Ba Multimedia bid Humas Polda SulSel

Nama : Bripda Muhammad Ruslan
Hari/tanggal : Rabu, 27 september 2023
Tempat Wawancara : Polda SulSel

1. Bagaimana strategi Humas polda dalam membagikan informasi?

Strategi yang kami lakukan khususnya bidhumas, kami memanfaatkan media sosial polda baik itu tiktok, youtube, instagram dan situs web, semua jenis platform yang kita manfaatkan. Tetapi media instagram ini memang yang paling menonjol, karena lebih menysasar kepada masyarakat pada umumnya yang berpendidikan seperti kalangan mahasiswa, pelajar, orang tua. Pada umumnya lebih aktif untuk kaum millennial, walaupun demikian di facebook juga sama kuatnya dalam menyebarkan citra-citra positif.

2. Apa jenis konten yang paling sering diunggah oleh divisi Humas Polda diakun instagram @polda_sulsel untuk memperbaiki citra?

Jenis konten yang Bidhumas yang paling banyak di instagram dengan menggunakan fitur memposting foto, kalau video pendek biasanya saya menggunakan fitur reels. Biasanya jenis konten yang kami bagikan konten yang tentunya bersentuhan dengan masyarakat.

3. Adakah kesulitan dalam memperbaiki citra lembaga?

Sejauh ini tidak ada kesulitan yang kita alami, Cuma yang kita hadapi kendala ini adalah masih adanya image masyarakat yang belum terlalu menerima usaha-usaha positif polri yang dilaksanakan. Masih banyak masyarakat yang masih pesimis dengan upaya polri yang mengubah dalam memperjuangkan citranya menjadi positif. Inilah yang terus kita yakinkan polri dengan tagar yang

kita bagikan akan terus berupaya menjadikan semakin baik dimata masyarakat.

4. Bagaimana Divisi Humas Polda Sulsel dalam menggunakan media Instagram @polda_sulsel sebagai alat untuk memperbaiki citra institusi lembaga?

Kami menggunakan instagram untuk tetap konsisten dalam memposting konten agar selalu up to date di masyarakat. Anggota saya juga membuat kampanye mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam konten seperti berbagi cerita, pesan-pesan positif dan juga mengajak masyarakat mengajukan pertanyaan.

Lampiran Hasil Wawancara

Ba Multimedia bid Humas Polda Sulsel

Nama : Bripda Farid
Hari/tanggal : Rabu, 27 september 2023
Tempat Wawancara : Polda SulSel

1. Bagaimana pandangan masyarakat terhadap citra polisi?

Dari Sebagian masyarakat makassar memiliki pandangan positif terhadap polisi. Masyarakat percaya pekerjaan polisi sangat penting dimasyarakat karena dapat melindungi masyarakat. Ada juga yang memiliki pandangan negatif terhadap polisi yang dimana citra khusus polda sulsel ini memang mengikut citra polri pada umumnya, diakui memang dulu agak menurun waktu ada kasus ferdy sambo menurun sekali saat itu, itu menjadi pedoman kita yang di aktualisasikan kedalam tugas-tugas keseharian kita termasuk BidHumas ini, secara masif dan berkelanjutan membuat konten yang menarik, narasi yang menarik, atau video pendek yang menarik yang berkaitan dengan tugas-tugas kepolisian seperti pembagian air bersih, turun langsung ke sebuah bencana banjir, kebakaran dan sebagainya. Video-video pendek inilah dan meme yang digunakan menjadi strategi kita dalam menyebarkan atau mendesiminasi informasi positif.

2. langkah apa saja humas polda dalam memperbaiki citra polisi?

langkah yang dilakukan humas polda melakukan penyuluhan kepada masyarakat, dan sosialisasi kepada masyarakat tentang peran dan upaya polisi dalam menjaga ketertiban dan juga menjaga interaksi kepada masyarakat.

3. Bagaimana langkah penentuan konten dalam memperbaiki citra?

Yang kami lakukan yang pertama yaitu mengumpulkan informasi yang telah terjadi dilapangan, selanjutnya konten akan disusun berdasarkan pedoman yang telah ditetapkan oleh divisi Humas. Selanjutnya setiap kontennya itu disaring untuk memastikan kesesuaiannya dengan nilai dan misi polda sulsel sebelumnya diposting.

4. Bagaimana upaya pendekatan Humas Polda dengan masyarakat?

Banyak sekali upaya yang kita lakukan, yang pertama itu kita melaksanakan kemitraan dengan tokoh-tokoh masyarakat, seperti tokoh agama, tokoh adat. Kita juga secara khusus melakukan kemitraan kepada para wartawan dan jurnalis dapat membantu kita menyebarkan berita-berita positif. Saat ini kami membuat tagar #poldapeduli strategi ini kami gunakan untuk upaya polda dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat dengan membantu masyarakat dalam kesulitan, termasuk mengungkap kejahatan-kejahatan yang menonjol, itu yang harus kita unggah di konten media sosial juga mengunggah kegiatan polisi humanis, maksudnya yaitu kegiatan anggota kepolisian yang didesa terpencil dalam mendidik masyarakat tersebut atau membina masyarakat tersebut. Pendekatan itu yang terus kita laksanakan.

5. Dalam membangun image polda sulsel. Apakah ada layanan yang dapat membantu keluhan masyarakat?

Ada, disamping instagram ini sebagai sarana kita dalam menyebarkan informasi terkait kepolisian. Juga sebagai sarana pengaduan masyarakat, ada beberapa pengaduan yang kita terima diinstagram melalui DM. justru bagus bagi kami dalam kepolisian dalam menerima pengaduan masyarakat.

6. Bagaimana divisi humas polda dalam mengukur keberhasilan mereka?

kita bisa melihat dari banyaknya followers atau banyaknya like dan sejauh ini karena yah lumayan banyak sehingga saya melihat tanggapan ataupun saran masukan masyarakat diinstagram kami cukup aktif, kami melihat sejauh ini masyarakat menanggapi media sosial kami cukup baik dan cukup antusias. Aihandulillah juga, kemarin sudah dapat piagam raih penghargaan di “police award” 2023. Dengan penghargaan ini banyak upaya yang dilakukan dalam

pengukuran peningkatan keterlibatan media sosial dari tahun ke tahun yang terus meningkat sehingga memberikan bukti positif tentang keberhasilan BidHumas.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Foto bersama bapak Bripda Ruslan



Foto bersama bapak Bripda Farid