

## Instagram sebagai Sarana Komunikasi Publik Humas Polres Garut dalam meningkatkan Citra Lembaga

Rosanti Utami Dewi Suyatman Yatnosaputro\*, Novie Susanti Suseno, Via Sylvia,  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia  
\*Email korespondensi: rosantiutamidewi@uniga.ac.id

Diterima: 19 Maret 2024 ; Direvisi: 20 April 2024; Terbit: 30 April 2024

### Abstract

*The police is a national law enforcement agency owned by the state. In carrying out its duties, the Police, in this case the Garut Police, carry out public communication in communicating various rules, appeals, incidents and others related to the main duties and functions of the Police. Advances in communication technology require the Garut Police, in this case Public Relations, to adapt so that they can communicate interactively with the public. Instagram was chosen to be used as the main online communication channel because it has features that can support the public communication needs carried out by the Garut Police with the aim of gaining engagement and trust in the public so that it can improve the image of the institution. The aim of this research is to explain the implementation of public relations communication strategies on Instagram to improve the image of the Garut Police. This research method uses qualitative methods with the Cutlip, Center and Broom model of communication strategy theory: determining problems, planning and preparing programs, taking action and communicating and evaluating programs. Approach with descriptive studies and constructivist paradigm, data collection techniques using observation, interviews and documentation studies, techniques for determining informants and sources using purpose sampling by interviewing 3 informants and 2 sources. The results of the research show that the Garut Police's public relations communication strategy is in 4 stages, namely (1) determining the problem, namely organizing and coordinating with operational functions, (2) planning and preparing programs, namely creating content for the role of the police and clarifying news, complying with the publication law, (3) taking action and communicating, namely the police chief as a communicator, being objective and open, using common language, using Instagram, (4) evaluating the program, namely determining the concept, taking data, getting positive feedback and trust so that Instagram followers @polresgarut increased from 37.6 thousand to 96,4 RB.*

**Keywords:** *Use of Instagram; Garut police public relations; public communication; institutional image.*

### Abstrak

Kepolisian merupakan lembaga penegak hukum nasional. Dalam melaksanakan tugasnya Kepolisian dalam hal ini Polres Garut melakukan komunikasi publik dalam mengkomunikasikan berbagai aturan, himbauan, kejadian dan lainnya berkaitan dengan tugas pokok dan fungsi Kepolisian. Kemajuan teknologi komunikasi menuntut Polres Garut dalam ini Humas untuk beradaptasi sehingga dapat berkomunikasi secara interaktif dengan masyarakat. Instagram dipilih untuk dijadikan sebagai sarana komunikasi online utama karena memiliki fitur yang dapat mendukung kebutuhan komunikasi publik yang dilaksanakan Polres Garut dengan tujuan didapatkannya engagement dan kepercayaan pada publik sehingga dapat meningkatkan citra lembaga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan implementasi dari strategi komunikasi publik humas Polres Garut di Instagram untuk meningkatkan citra Polres Garut. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori strategi komunikasi model Cutlip, Center dan Broom: menentukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan dan berkomunikasi dan evaluasi program. Pendekatan dengan studi deskriptif dan paradigma konstruktivis, teknik pengumpulan data dengan pengamatan, wawancara dan studi dokumentasi, teknik penentuan informan dan narasumber dengan *purpose sampling* mewawancarai 3 informan dan 2 narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas Polres Garut dalam 4 tahapan, yakni (1) menentukan masalah adalah menyusun pengorganisasian dan berkoordinasi dengan fungsi operasional, (2) perencanaan dan penyusunan program yakni membuat konten peran kepolisian dan berita klarifikasi, menaati UU publikasi, (3)

melakukan tindakan dan berkomunikasi yakni kapolres sebagai komunikator, bersikap objektif dan terbuka, bahasa umum, menggunakan instagram, (4) evaluasi program yakni menentukan konsep, pengambilan data, mendapatkan *feedback* positif dan kepercayaan sehingga *followers* instagram @polresgarut meningkat dari 37,6RB jadi 96,4 RB.

**Kata-kata kunci** : Pemanfaatan instagram; humas polres garut; komunikasi publik; citra lembaga.

## **Pendahuluan**

Membangun komunikasi dengan publik bagi institusi negara dalam hal ini kepolisian menjadi suatu hal yang penting. Kepolisian Indonesia sebagai institusi pemerintahan yang mempunyai fungsi sebagai pelindung, mengayomi, pelayan masyarakat dan penegak hukum, sekaligus keberadaannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu adanya keamanan dan rasa aman.(Agustia and Anisah 2018). Berdasarkan UU Undang-Undang No. 2 Tahun 2002, Pasal 2 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menyatakan bahwa “Fungsi Kepolisian adalah salah satu fungsi pemerintahan negara dibidang pemeliharaan keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum, perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada Masyarakat”. Salah satu tugas pokok kepolisian sesuai pasal 13 yaitu memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada Masyarakat (Alfian 2020).

Kesenjangan informasi dapat berdampak terhadap interaksi komunikasi yang rendah dan memungkinkan informasi salah atau hoax diterima oleh publik. Sejak hadirnya media baru yaitu data digital yang terkomputerisasi yang tersambung melalui internet, hal ini telah menyentuh terhadap berbagai aspek diantaranya *online public relations* yaitu terjalinnya komunikasi sebuah institusi dengan publiknya secara online dengan memanfaatkan internet (Lilie Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan 2017). Perkembangan teknologi komunikasi dan internet memungkinkan untuk dapat menyampaikan dan menerima berbagai informasi dari mana saja dan kapan saja selama terkoneksi dengan internet.

Melihat fenomena tersebut Polres Garut memanfaatkan media sosial Instagram dalam melaksanakan komunikasi publik. Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan individu saja mealinkan digunakan untuk kepentingan Perusahaan atau lembaga konvensional maupun non konvensional (Meidiana et al. 2022). Sejalan dengan himbauan Meteri Komunikasi dan Informatika RI pada tahun 2017 menghimbau agar pemerintah daerah dapat menggunakan akun media social milik pemerintah dalam berkomunikasi dengan Masyarakat, dengan begitu dapat terjalin komunikasi dua arah dan hal ini juga sejalan dengan semakin banyaknya pengguna internet dan media social di Indonesia (Dunan 2020).

Dalam hal ini divisi Humas Polres Garut menjadi penanggung jawab dalam memberi kabar berita dan berinteraksi aktif dengan publik. Membangun komunikasi dan membina hubungan baik dengan anggota dan masyarakat, memberikan pelayanan dan berbagi informasi

kepada masyarakat. Poin penting yang menentukan keberhasilan suatu organisasi adalah citra positif. Tugas perusahaan dan organisasi adalah membangun citranya di mata masyarakat agar dapat menimbulkan tingkat kepercayaan yang tinggi, memberikan informasi secara cepat, jelas, dan akurat kepada masyarakat sangat membantu terwujudnya citra suatu organisasi atau organisasi. Sehingga informasinya terpercaya dan mudah dipahami oleh masyarakat luas dan masyarakat (Purnomo, Yasmin Balqis Awwaliyah; Sadono 2022).



**Gambar 1. Publikasi Kegiatan Polres Garut**  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2024

Gambar diatas sebagai salah satu bentuk komunikasi publik dari Polres Garut yang

mengkomunikasikan kebijakan Polres Garut mengenai kondisi lalu lintas di Kabupaten Garut dimana terjadinya peningkatan volume kendaraan sehingga diberlakukannya sisten *one way*. Polres Garut dalam postingannya membuka kolom komentar sehingga bisa melihat apresiasi dari masyarakat dan juga menjawab bila ada pertanyaan dari masyarakat.

Komunikasi publik adalah pertukaran informasi atau pesan dengan sejumlah orang atau publik yang berada didalam organisasi maupun diluar organisasi melalui berbagai cara baik tatap muka secara langsung atau menggunakan media lain baik itu offline ataupun online seperti media sosial. Komunikasi publik ditujukan untuk membangun kepercayaan publik, meminimalisir terjadinya miskomunikasi dan misinformasi antara lembaga dan publik, menumbuhkan dan meningkatkan keterlibatan publik dalam mendukung kerja organisasi dan membentuk citra positif. Komunikasi publik seringkali mengacu pada komunikasi dengan banyak orang. Prosesnya bisa langsung atau tidak langsung. langsung artinya komunikator berbicara kepada khlayak luas tanpa perantara atau media. Sebaliknya, secara tidak langsung bila komunikator menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan kepada khalayak (Mucharam 2022). Komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah atau Lembaga public yang berfungsi memberikan informasi maupun kebijakan (Nabila and Santoso 2021).

Humas merupakan sebuah fungsi manajemen yang berfungsi untuk membangun serta menjaga hubungan baik antara organisasi dan publiknya, yang akan memberikan pengaruh cukup besar terhadap keberhasilan sebuah organisasi atau instansi, Humas organisasi atau instansi harus bisa menciptakan komunikasi yang baik dengan publiknya, baik publik didalam organisasi ataupun diluar organisasi (Al habib and Suratman 2018). Humas berupaya dalam menunjang aktivitas-aktivitas program pemerintahan dalam proses publikasi, menjaga dan meningkatkan atau reputasi instansi dimata publik. Saat ini kegiatan Humas yang biasanya dilaksanakan secara konvensional harus ditunjang dengan kecanggihan teknologi yaitu diantaranya dengan memanfaatkan media social Instagram sebagai saluran komunikasi publik. Kingsley menyatakan penggunaan media social dapat mendorong pertukaran informasi dua arah, interaktif dan kreatifitas konten, yang menawarkan potensi besar untuk meningkatkan demokratisasi pertukaran informasi di tingkat local (Dunan 2020).

Media sosial merupakan penghubung antar pemakai untuk berinteraksi dan bekerjasama sertamembangun jalinan sosial, media sosial menjadi media komunikasi yang paling populer pada zama modern ini dan media sosial pun banyak peminatnya, salah satu media yang paling banyak digunakan oleh semua generasi dan berbagai kalangan public

(Nasrullah, M.Si. 2018). *Instagram is a popular media social platform for uploading pictures and it has managed to attract a great number of individuals to upload various pictures* (Alamanda et al. 2021). Instagram memungkinkan kita membagikan informasi dalam bentuk, video disertai teks deskripsi untuk memperjelas informasi yang ingin disampaikan. Instagram juga memungkinkan untuk dilakukan *live streaming* (siaran langsung) dan juga pesan kolaborasi bersama akun lainnya, sehingga memungkinkan untuk akun yang berbeda untuk menyampaikan atau posting pesan yang sama.

Kehadiran media sosial instagram memberikan alternatif dalam menyampaikan pesan bagi insan humas dalam menjalankan fungsinya. Instagram sebagai saluran komunikasi dua arah dalam membangun keterbukaan informasi dari instansi kepada publik secara interaktif serta bertanggungjawab dalam menjalankan tugas sosial. Instansi pemerintah yang memanfaatkan instagram salah satunya adalah Polres Garut dan dikelola oleh seksi humas, keberadaan humas berperan penting untuk menyadarkan publik atas keberadaan Polres Garut ditengah-tengah masyarakat dan sebagai sarana untuk meningkatkan citra Polres Garut.

Hadirnya tim seksi hubungan masyarakat (humas) di Polres Garut bertindak sebagai komunikator untuk menyediakan informasi, menyajikan berita, membagikan edukasi perihal kebijaksanaan dan mendokumentasikan seluruh aktivitas kepolisian. Humas memiliki andil besar dalam sebuah organisasi atau instansi, humas memiliki fungsi, tugas dan peran yang berpengaruh besar terhadap kegiatan organisasi atau instansi. Humas berperan sebagai komunikator dan juga untuk membangun citra organisasi atau instansi (Al habib and Suratman 2018).

Strategi komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik, sebuah organisasi dalam melakukan pekerjaan juga akan berjalan dengan lancar. Kemampuan organisasi dalam melakukan komunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting, terutama dalam hal pelayanan publik (Linsi Fandita et al. 2023). Untuk penyampaian informasi melalui media sosial instagram humas mengikuti tahapan-tahapan dalam pengolahan data dan dilakukan proses pengeditan sebelum dibagikan kepada masyarakat, setelah melalui tahapan tersebut dan dinyatakan sudah memenuhi standar menurut pimpinan dan humas pun dapat melanjutkan ke tahap akhir yakni dipublikasikan di instagram.

Sebagai bagian dari lembaga pelayan masyarakat, Kepolisian dituntut memiliki komunikasi instensif dan baik dengan masyarakat. Wiryanto menegaskan bahwa komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menghasilkan efek-

efek atau perubahan-perubahan sebagaimana yang diinginkan komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Perubahan-perubahan di pihak komunikan itu dapat diketahui melalui tanggapan-tanggapan yang diberikannya sebagai umpan balik atau *feedback* (Nurhadi et al. 2017). Melalui pemanfaatan media social Instagram sebagai media komunikasi memberikan kesempatan bagi Polres Garut dalam hal ini untuk mengkomunikasikan berbagai hal berkaitan dengan penegakan hukum utamanya berkaitan dengan lalu lintas, keamanan dan ketertiban. Melalui instgram juga dapat terjadi komunikasi dua arah dimana masyarakat dapat menyampaikan laporan atau keluhan berkaitan dengan layanan kamtibmas.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu strategi manajemen komunikasi model Cultip, Centre dan Broom yaitu mendefinisikan problem public relations, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi serta evaluasi program (Cultip, Scott M.; Center, Allen H; Broom 2009).

Kajian penelitian terdahulu yaitu Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik terkait dengan Penanggulangan Covid-19 sebuah studi deskriptif kualitatif pada akun instagram @ikpdinaskoinfobabel yang meneliti mengenai bagaimana Diskominfo pemerintah provinsi Bangka Belitung memanfaatkan instagram sebagai sarana komunikasi publik terkait dengan penanggulanagn Covid-19 (Arissaputra and Winduwati 2022). Selain itu penelitian lain mengenai komunikasi publik yaitu Menjalin Komunikasi Publik: Strategi Humas Universitas Tribhuwana Tunggadewi dalam menjaga relasi internal dan eksternal yang meneliti mengenai strategi manajemen *public relations* Universitas Tribhuwana Tunggadewi dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat dalam rangka meningkatkan citra positif universitas. Penelitian ini menggunakan konsep manajemen Humas melalui peningkatan komunikasi baik di lingkungan internal suatu lembaga maupun publik luar. Hasil penelitian menyatakan, strategi manajemen humas Universitas Tribhuwana Tunggadewi meliputi dua cara yaitu aktivitas secara internal dan eksternal. Pada level internal, Humas Universitas Tribhuwana Tunggadewi juga mampu menciptakan suasana nyaman dengan menjaga hubungan baik dengan publik internalnya. Salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan serta penguatan program-program kehumasan. Secara eksternal, humas kampus menggunakan media komunikasi luar ruang, memanfaatkan media massa, dan mengaktifkan media sosial guna menjangkau seluruh masyarakat (Renggo, Najih, and Qorib 2021).

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini berfokus pada bagaimana humas Polres Garut dalam menjalankan fungsi humas dengan memanfaatkan media sosial instagram

sebagai sarana komunikasi publik untuk meningkatkan citra lembaga Polres Garut. Dimana sebelumnya Polres garut hanya menggunakan media konvensional dalam mengembangkan komunikasi publik saat ini berkembang ke media *digital* dalam hal ini media sosial Instagram.

Berdasarkan wawancara dengan Informan Kasihumas IPDA Cahya Priatna, saat ini kedudukan humas sebelumnya berada dibawah kepala bagian operasi tertulis dalam perkap nomor 23 tahun 2010 mengenai susunan organisasi dan tata kerja atau SOTK, tahun 2021 telah beralih bahwa kedudukan humas sudah beralih menjadi unsur pembantu pimpinan atau berada dibawah pimpinan Kapolres langsung, tugas pokok seksi hubungan masyarakat tertulis pada perpol nomor 2 (pasal 21 dan pasal 22) tahun 2021 mengenai susunan organisasi dan tata kerja atau SOTK bagi tingkat kepolisian resor dan sektor.

Pada perpol 2 tahun 2021 pasal 21 dijelaskan bahwa humas bertugas melaksanakan kegiatan hubungan masyarakat, memproduksi, mengelola informasi, penyajian data dan dokumentasi kegiatan polres yang dapat diakses oleh masyarakat. Melaksanakan tugas sebagaimana yang dimaksud seksi humas menyelenggarakan fungsi pengelolaan manajemen media dengan melakukan pemantauan media sosial dan media online, membuat produk kreatif dan melakukan diseminasi informasi digital kepolisian.

Kepolisian dituntut untuk dapat berkomunikasi secara aktif dan baik dengan masyarakat. Penggunaan media digital telah dipahami menjadi sarana komunikasi efektif saat ini mengingat hampir semua anggota masyarakat saat ini mengakses internet. Pemanfaatan media sosial oleh organisasi dan instansi pemerintah dinilai sangat penting. Sebagai sebuah organisasi atau instansi pemerintah, penggunaan media sosial merupakan sarana untuk meningkatkan penyebaran informasi positif dan juga membantu mempromosikan program dan kegiatan terkait serta kinerjanya masing-masing. Sehingga kita dapat mendukung terbentuknya opini dan gagasan yang baik di masyarakat (Damayanti et all, 2023).

Keberadaan polisi di masyarakat harus mendapatkan dukungan dari warga masyarakat yang dilayaninya. Manfaat polisi bagi masyarakat diperoleh melalui kinerja yang profesional dan handal, petugas yang mampu membangun citra positif di masyarakat tentu kebanggaannya adalah ketika keberadaan polisi akan bermanfaat atau berguna bagi masyarakat (Agustia and Anisah 2018).

### **Metode Penelitian**

Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, menurut pandangan Sugiyono penelitian dengan metode kualitatif alamiah yang bersifat lebih deskriptif yakni berupa kata, foto atau gambar, memfokuskan kepada proses, melaksanakan penguraian secara

induktif dan mementingkan arti atau makna hasil dari interpretasi dari suatu data yang tampak. (Sugiono 2020) Paradigma ialah cara utama akan memahami, merenung, mengevaluasi dan melaksanakan yang berhubungan dengan suatu realitas atau kenyataan. Baker mendeskripsikan paradigma sebagai seperangkat kaidah tertulis atau tidak serta menetapkan atau menentukan batas dan menjelaskan bagaimana hal-hal yang seharusnya dilakukan dengan berhasil atau menjadi sukses (Moleong 2017).

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif ialah penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena, fenomena yang alamiah atau fenomena yang dibuat oleh manusia semacam aktivitas, peralihan, relationship, keselarasan dan perbandingan (Rusandi & Rusli, 2021). Menurut Gunawan, 2014 metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkapkan permasalahan yang ada pada kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan dll, sehingga dapat dijadikan untuk suatu kebijakan demi kesejahteraan bersama (Al habib and Suratman 2018).

Menurut pandangan Sugiyono dalam memilih karakteristik informan dan narasumber untuk penelitian penulis memilih langsung memakai *purposive sampling*, dipilih secara terencana yang sudah penulis tetapkan dalam penelitiannya (Sugiono 2020). Dalam penentuan Informan peneliti memilih tiga orang dari Seksi humas dan untuk narasumber peneliti memilih praktisi humas dan selebgram yang berasal dari kota garut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah model Miles and Huberman yang meliputi: Reduksi Data, Data Display, *Conclusion Drawing and Verification* (Penarikan Kesimpulan). Sedangkan untuk keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moleong 2017).

## **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Hasil penelitian yang dilaksanakan di Polres Garut dalam pemanfaatan instagram sebagai sarana komunikasi publik untuk meningkatkan citra lembaga di jelaskan dalam 4 tahap strategi manajemen komunikasi model Cultip, Centre dan Broom yaitu mendefinisikan problem public relations, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi serta evaluasi program.

### **Analisis Situasi dan Menentukan Masalah Humas**

Pertama sebelum merumuskan program kerja seorang humas harus mengetahui dan



memahami situasi atau masalah yang ada secara pasti seperti apa citra organisasi dimata masyarakat, kegiatan ini juga untuk meneliti dan mengawasi pendapat, sikap atau tingkah laku pihak yang memiliki kepentingan atau terpengaruh dengan tindakan dan kebijakan dari organisasi, tahap ini berpedoman pada indikator kebijakan, koordinasi dan sikap. Fase pencarian fakta adalah fase pengumpulan data untuk mengkaji pendapat, perilaku, sikap, dan pemahaman masyarakat tentang perusahaan. Selama tahap pencarian fakta, para profesional PR biasanya mengawasi peristiwa dan tren sosial, politik, dan ekonomi yang mungkin secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi perusahaan, dan menggunakan berbagai metode untuk membentuk informasi cara-cara berikut: Mereka selalu siap menyajikan informasi kepada seluruh departemen di perusahaan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, mendokumentasikan informasi sempurna yang masih belum lengkap dan tidak tepat, serta data dengan memotong semua informasi dari media massa dan menyimpan informasi (Nur Azizah and Imran 2019).

### **1. Kebijakan**

Hadirnya kebijakan baru yang ditetapkan oleh Kapolri terhadap perpol nomor2 pasal 21 dan pasal 22 tahun 2021 tentang susunan organisasi dan tata kerja atau SOTK berisi mengenai tugas dan fungsi seksi humas, dengan adanya kebijakan baru membuat seksi humas membenahi strukturalnya.

Kebijakan baru membuat humas Polres Garut menyusun pengorganisasian, berbagi tugas dan tanggungjawab, menjadi juru bicara Polres Garut, memberikan informasi valid, mempublikasikan kegiatan kepolisian diinstagram dan membangun opini positif.

*“pertama nyusun pengorganisasian dulu dalam pengertian bagi-bagi tugas siapa pegang apa, walaupun kenyataannya kita masih ada keterbatasan. Dalam tahapan manajemen salah satunya pengorganisasian disana kita kurang efektif karena kebutuhan kita banyak tetapi personil yang mengawaki kurang dan kualitas belum mempuni atau terbatas, disandingkan dengan kenyataan dilapangan sangat jauh dengan kebutuhan ideal menurut saya, karena kadang-kadang kalau melaksanakan peliputan orangnya terbatas tapi kegiatannya banyak sehingga ada yang tidak terdokumentasikan dan tidak tersampaikan ke publik”.* (Kasihumas IPDA Cahya Priatna)

IPDA Cahya Priatna mengungkapkan bahwa munculnya perpol nomor 2 pasal 21 dan pasal 22 tahun 2021 mengenai susunan organisasi dan tata kerja atau SOTK membuat seksi hubungan masyarakat berbagi tugas dalam melaksanakan kegiatan atau program kerjanya, hal ini menjadi perhatian karena munculnya kebijakan baru membuat kinerja humas menjadi bertambah dan menyesuaikan diri agar bergerak secara optimal dan semaksimal mungkin untuk bisa mencapai tujuan programnya meski kekurangan anggota.

*“kalau dilihat dari SOTK sekarang ini humas sudah berbeda dengan yang dulu, dengan SOTK ini humas bukan menjadi subbag humas tapi sekarang menjadi seksi humas di structural dibawah Kapolres, humas mendapat porsi yang lebih luas dan berbicara tentang kegiatan Polres serta juru bicara. Kalau berbicara soal strategi humas harus tampil jadi corong menjadi pemberi informasi yang dapat dipercaya artinya memiliki kredibilitas yang sesuai dengan harapan pimpinan, membuat opini positif, kegiatan kepolisian yang dipublikasikan di media sosial dan rekan-rekan media untuk tujuan opini positif”. (Kasubsi PIDM humas AIPTU Firmanto)*

Kebijakan baru membuat ruang dan kinerja humas menjadi lebih luas karena kedudukan humas telah beralih menjadi seksi hubungan masyarakat dalam strukturalnya berada dibawah pimpinan Kapolres langsung, menjadikan seksi humas sebagai juru bicara Polres Garut untuk berbagi informasi yang dapat dipercaya masyarakat, berbagi kegiatan kepolisian resor garut di media sosial instagram dan menggandeng rekan-rekan media untuk menciptakan opini yang positif dimasyarakat.

## **2. Koordinasi**

Pada tahap menentukan masalah selanjutnya ada orang terlibat dan memiliki pengaruh dalam pelaksanaan koordinasi ialah kapolres, wakapolres dan kasihumas sedangkan koordinasi dalam cara pengambilan data, editing dan mengunggahnya diinstagram ialah kasubsi PENMAS dan kasubsi PIDM yang dikendalikan oleh kasihumas. Hal-hal yang dikoordinasikan membahas cara pengambilan dokumentasi atau gambar, mencari sumber data yang valid dan lengkap bersama anggota fungsi operasional Polres Garut yang bersangkutan agar informasi memiliki nilai kebenaran sebelum dipublikasikan hal ini sebagai upaya humas Polres Garut agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan atau terjadinya kesalahpahaman.

*“yang paling berpengaruh tentu Kapolres, kebawahnya Wakapolres dan Kasihumas, sebetulnya Kasihumas disini kosong saya hanya PLH (pelaksana harian), itu sangat mempengaruhi karena disana ada level atau pangkat Kasihumas harusnya III/c saya baru III/a karena disini kosong saya yang naik jadi PLH sementara. Koordinasi disana sangat berpengaruh karena ketika beda level ada segan saat berkoordinasi dengan level tinggi tapi yang paling berpengaruh adalah Kapolres karena kita membutuhkan persetujuan beliau”. (Kasihumas IPDA Cahya Priatna)*

## **3. Sikap**

Setelah melakukan koordinasi ialah mengambil sikap yang akan dilaksanakan, humas Polres Garut mengambil sikap berdasarkan keputusan yang telah disepakati oleh semua anggota untuk melakukan publikasi, hal ini sebagai cara untuk bersikap saling menghargai pendapat satu sama lain guna mencapai tujuan bersama dalam mencari sumber data dan

kelengkapan suatu informasi untuk dipublikasikan.

### **Perencanaan dan Penyusunan Program Humas**

Selanjutnya humas Polres Garut membuat perencanaan dan penyusunan program atau strategi komunikasi publik untuk mencapai tujuannya dalam meningkatkan citra Polres Garut tahap ini berpedoman pada beberapa indikator yakni *programming*, *scheduling*, *budgeting*, *accountability* dan *tentative plan*. Dibutuhkan perencanaan yang matang dan tepat, untuk menyampaikan informasi dan pesan yang dapat diterima dan berfungsi sebagai komunikasi publik dimana tercipta ruang dialog antar lembaga dan publik. (Nabila and Santoso 2021)

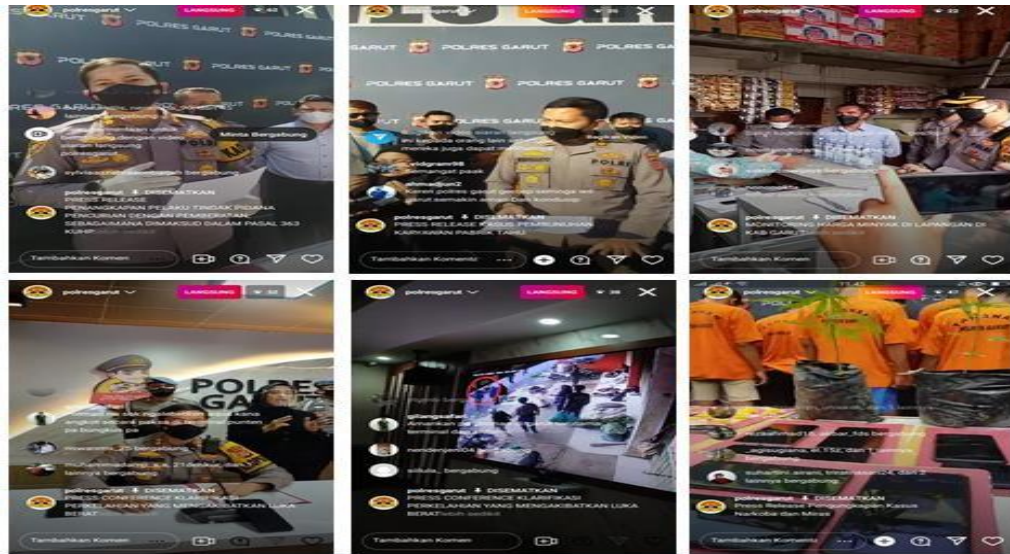
*”yang jelas dihumas ada 2 yakni Subsidi PENMAS (penerangan masyarakat) bertugas lebih kepada rekan-rekan media dan masyarakat sedangkan PIDM (pengelola informasi data dan multimedia) bertugas mengolah data dan sudah menjadi konten di konfirmasi ke PENMAS untuk dipublikasikan di media sosial (internal) atau rekan-rekan media (eksternal), karena secara koordinasi keduanya sejajar dan saling membutuhkan atau melengkapi”.* (Kasubsi PIDM humas AIPTU Firmanto)

#### **1. Programming**

Adanya program kerja yang terencana dapat dijadikan pedoman atau patokan untuk mencapai tujuan humas Polres Garut untuk meningkatkan citra Polres Garut dan mengetahui tahapan program kerjanya. Program pertama yang dijalankan humas Polres Garut mempublikasikan aktivitas atau peran Polres Garut.

*“kita menyesuaikan dengan program kegiatan tahunan kita kinerja berbasis anggaran berarti kita menyesuaikan ke anggaran pokok dulu, misal tahun ini anggaran kita apa saja yang bisa disampaikan dan menyesuaikan ke situ. Misal publikasi tahun ini ada 10 publikasi yang keluar walaupun kenyataannya lebih dari itu, cara pencapaian kerjanya kita berusaha mencapai ke pokoknya dulu nanti akan menjadi penilaian kerja buat humas dan kepolisian, dengan program yang ada kita tercapai atau tidak minimal itulah yang harus kita capai jangan kurang dari program yang sudah ditetapkan oleh pemerintah”.* (Kasihumas IPDA Cahya Priatna)

Pada gambar 2 merupakan publikasi pada instagram yang menjelaskan kegiatan dan penanganan kejadian di kabupaten Garut. Seperti kegiatan monitoring harga minyak di wilayah kabupaten garut yang dikontrol langsung oleh kapolres, konferensi pers yang disiarkan secara langsung melalui saluran media sosial instagram tentang penangkapan pelaku tindak pidana pencurian dengan pemberatan. Program publikasi tersebut sebagai bentuk transparansi dan keterbukaan Polres Garut kepada masyarakat.



Gambar 2. Program publikasi kegiatan Polres Garut  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2023

Untuk program humas Polres Garut yang kedua adalah membuat berita klarifikasi untuk meluruskan berita *hoax*, hal ini dilakukan oleh Polres Garut guna membantu masyarakat dalam mencari kebenaran suatu informasi yang sedang viral ataupun berkembang dimasyarakat.

*”..... sumber informasi di Polres Garut ada fungsi operasional ada lalu lintas, researce, sabara, sernarkoba dan fungsi lainnya dan kita berkoordinasi dengan fungsi yang bersangkutan. Ketika humas memberikan informasi keluar dia harus mencari sumber data yang betul-betul valid dan benar kemudian data diolah baru siap untuk dipublikasikan yang akan dikonsumsi oleh masyarakat”.* (Kasubsi PIDM humas AIPTU Firmanto)



Gambar 3. Program Publikasi meluruskan berita hoax  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2023

Salah satu bentuk klasifikasi hoax yang dilakukan Polres Garut seperti pada gambar

3 sebelah kiri m menurut keterangan yang beredar lokasi longsor ini berada digunung gelap arah menuju pamengpeuk, setelah humas Polres Garut menggali informasi dan melakukan klarifikasi bahwa lokasi yang sebenarnya adalah di kampung cigunung desa girimukti jalan yang menghubungkan antara kecamatan singajaya dan kecamatan cihurip.

Program humas Polres Garut yang ketiga adalah mengandeng akun instagram lokal garut untuk membantu penyebaran informasi kepada masyarakat, informasi seperti, kejahatan, pelayanan dan kegiatan kepolisian lainnya.



Gambar 4. Program Publikasi menggandeng akun instagram lokal garut  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2023

Untuk gambar 4 sebelah kiri program publikasi menggandeng akun instagram @asligarut\_ membantu humas Polres Garut dalam memberikan kabar baik kepada masyarakat bahwa pelayanan SIM oleh Polres Garut akan dibuka di wilayah selatan sehingga masyarakat garut selatan tidak perlu datang ke Polres Garut karena akan ada kantor pelayanan SIM baru disana, untuk gambar disebelah kanan humas menggandeng @infogarut untuk memberitahu masyarakat bahwa ada anggota polisi digarut telah dipecat karena kasus narkoba dan curanmor.

Dalam menjalankan program ini humas Polres Garut melaksanakan empat tahapan proses yakni pertama pengumpulan data valid oleh humas bagian penerangan masyarakat, kedua melakukan pengolahan data atau editing konten oleh humas bagian pengelolaan informasi data dan multimedia, ketiga konten dikonfirmasi kepada kasihumas dan kapolres setelah dinyatakan lolos dan memenuhi syarat konten diunggah diinstagram.

## 2. Scheduling

Merupakan jadwal atau waktu yang dibutuhkan humas Polres Garut untuk membuat sampai mengunggah konten dimulai dari pengumpulan data hingga publikasi, untuk

*scheduling* ini humas melihat jenis kasusnya terlebih dahulu untuk jenis kasus keseharian seperti meme humas membutuhkan waktu 1-3 jam dan jenis kasus insidental humas tidak mengenal waktu karena membutuhkan kelengkapan data jika data yang dibutuhkan sudah lengkap barulah humas akan mempublikasikannya hal ini sebagai upaya humas dalam memberikan informasi dengan sumber data valid. Untuk jam *upload* yakni jam 8, jam 12 siang dan sore sampai dengan jam 8 malam.

### **3. Budgeting**

Anggaran ini merupakan pendanaan untuk mendukung berjalannya program humas Polres Garut, anggaran ini menentukan kualitas dari suatu program yang akan dijalankan. Untuk anggaran yang diperoleh sudah mencukupi untuk menjalankan program humas baik publikasi ataupun pembuatan konten berbentuk video dan untuk pembuatan konten video ini humas Polres Garut menyesuaikan antara anggaran dan kebutuhan dari program yang dijalankan.

### **4. Tentative plan**

Merupakan tahap uji coba sebelum konten dipublikasikan, sebelum diunggah atau dipublikasi humas Polres Garut melakukan filter informasi untuk memilih dan memilah data mana yang boleh dipublikasi mana yang tidak hal ini sebagai upaya humas Polres Garut menaati aturan atau undang-undang publikasi, setelah itu humas meminta izin kepada kasihumas dan kapolres untuk menganalisa kelayakan konten tersebut.

## **Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi**

Setelah mengumpulkan fakta dan menetapkan rencana selanjutnya tindakan apa yang harus dilakukan, pesan yang akan disampaikan, dan menggunakan media apa, menjalankan aksi yang mendukung strategi tindakan untuk mengomunikasikan program. Pengguna media sosial harus cerdas, bijaksana dan kritis dalam menyampaikan informasi, menyikapi dengan cermat segala informasi yang ada, dan yang terpenting, berhati-hati, termasuk pemilihan kata yang tepat dan kesopanan dalam gaya penyampaiannya, prinsip etika dalam menyampaikan pesan harus diperhatikan diprioritaskan (Syarifuddin and Djaffar 2022).

### **1. Kredibilitas**

Kredibilitas didalam komunikasi merupakan persepsi komunikan pada komunikator melihat sifat dan karakter komunikator dalam menyampaikan pesan.

*“ketika kita mempublikasikan suatu informasi suatu berita pertama harus objektif apa adanya dan transparan, dari dua itu yang akan bisa dipercaya”.* (Kasubsi PIDM humas AIPTU Firmanto)

Pada gambar 5 dibawah melihat bahwa kapolres garut berperan sebagai



komunikator yang memberikan penjelasan terkait perkelahian yang menyebabkan luka berat dan disiarkan langsung melalui saluran media sosial instagram hal ini sebagai sikap objektif dan transparansi Polres Garut kepada publik, selain itu kredibilitas yang dimunculkan oleh humas Polres Garut dimedia sosial instagram melalui konten harian atau meme dimuat dengan singkat, pesan captions dibuat secara singkat dan memuat pesan bergambar supaya masyarakat tidak bosan sehingga masyarakat bisa membaca pesan dengan menggeser slide yang ada, selain itu untuk memastikan pesan yang akan disampaikan akurat humas Polres Garut bekerjasama dengan pihak lain yang berwenang untuk mengkonfirmasi isi pesan.



Gambar 5. Kapolres sebagai komunikator  
(Sumber: Instagram @polresgarut, 2023)

*ketika yang menyampaikannya adalah pimpinan nomor satu atau Kapolres maka masyarakat akan lebih percaya dari disampaikan staff atau anggotanya, media pun begitu kalau yang menyampaikannya bukan Kapolres mereka kurang berminat".* Kasihumas IPDA Cahya Priatna)

Memilih kapolres sebagai komunikator ditambah dengan sikap humas yang objektif dan transparan atau terbuka kepada masyarakat sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya atas informasi yang disampaikan.

## 2. Konteks

Konteks adalah tema atau judul atas informasi yang akan disampaikan, humas Polres Garut menyiapkan konteks bertemakan keamanan dan ketertiban masyarakat yang menampilkan tugas dan peran dari Polres Garut serta konteks ini tergantung pada situasi yang dihadapi dan dibutuhkan masyarakat. Menurut IPDA Cahya Priatna sebelum menyampaikan informasi kepada masyarakat humas Polres Garut akan menentukan konteks pesan yang berkaitan

dengan peran kepolisian Polres Garut, penentuan konteks ini disesuaikan dengan keadaan atau kebutuhan masyarakat.

*“ya humas/kasihumas, kita mau menyampaikan apa hari ini contohnya kita akan menghadapi idul adha kira-kira pesan apa yang berhubungan idul adha dengan kepolisian, sekarang lagi ramai penyakit mulut dan kuku pada hewan disana ada peran kepolisian untuk mengawasi penjual hewan kurban untuk memeriksa surat sehat hewan. Jadi humas memberikan konten, narasi atau informasi yang sesuai dengan kebutuhan”.* (Kasihumas IPDA Cahya Priatna).

### 3. Isi pesan

Merupakan bahan atau materi yang hendak disampaikan komunikator pada komunikan, mengandung makna penting untuk diketahui komunikan mengarah pada opini yang searah dengan sikap komunikator, humas Polres Garut memiliki kepentingan yang bersifat pemberitahuan ataupun himbauan yang penting untuk diketahui oleh masyarakat. Bersikap objektif dan transparan serta menggunakan bahasa yang umum yang dapat memudahkan masyarakat memahami isi pesan.

*“objektif dan transparan untuk membangun kepercayaan berikanlah informasi yang sesuai dengan fakta, lebih baik terlambat tapi berita itu benar dari pada cepat tapi tidak benar”* (Kasubsi PIDM Humas AITU Firmanto)

### 4. Kejelasan

Kejelasan dalam berkomunikasi ialah penggunaan kalimat jelas tidak menggunakan kata kiasan, hal ini untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memudahkan masyarakat dalam memahami isi informasi yang disampaikan.



Gambar 6. Kejelasan isi pesan komunikasi di instagram  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2023

Gambar 6 merupakan contoh bentuk kejelasan pesan yang humas Polres Garut sampaikan



diinstagram @polresgarut memuat kalimat-kalimat yang sederhana bersifat singkat, padat dan jelas hanya satu paragraf lain halnya untuk informasi konferensi pers dimuat agak panjang memuat keterangan 5W 1H untuk menjelaskan kronologi kejadian.

*Kalau press konferensipers panjang untuk menjelaskan kronologi kalau berkenaan dengan kegiatan yang diunggah dimedia sosial instagram cukup narasi yang singkat, padat dan jelas atau ngena dengan gambar agar lebih efisien". (Kasubi PIDM humas AIPTU Firmanto)*

### 5. Kontinuitas dan Konsisten

Kontinuitas merupakan keberlangsungan saat menyampaikan informasi agar stabil, berhasil dan berjalan lancar, pesan perlu disampaikan secara konsisten atau terus-menerus untuk meningkatkan eksistensi dan keaktifan. Humas Polres Garut berusaha semaksimal mungkin dalam pengambilan gambar atau mendokumentasikan moment dengan menggunakan alat yang bagus salah satunya adalah camera *digital* hal ini dilakukan guna mendapatkan hasil yang bagus, ditambah tim editing yang kreatif dan terhubung dengan koneksi internet hal ini sebagai langkah untuk menyetabilkan pesan agar tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Humas juga konsisten dalam memposting informasi atau konten dengan minimal memposting satu konten dalam sehari.

*"kita harus sering melakukan posting, kita ada facebook, instagram dan twitter tapi tergantung dengan timnya dan arahan mau diposting dimedia apa dan kapan waktunya intens saja disitu, intinya menyampaikan pesan bahwa polres atau polsek melakukan kegiatan ini dengan publik sasaran yang menggunakan internet dan media sosial". (Kasubi PIDM humas AIPTU Firmanro)*



Gambar 7. Kontinuitas dan konsistensi humas Polres Garut diinstagram  
Sumber: Instagram @polresgarut, 2023

Gambar 7 merupakan fakta bahwa humas Polres Garut konsisten mengunggah 1-3 konten dalam sehari, terlihat pada tanggal 1 juni mengunggah dua konten, tanggal 2 juni mengunggah tiga konten, tanggal 3 satu konten, tanggal 5 satu konten, tanggal 6 satu konten dan tanggal 7 satu konten, untuk menjaga kontinuitas agar komunikasi berlangsung pada saat siaran atau memposting konten humas Polres Garut terhubung dengan jaringan internet.

## **6. Saluran**

Humas Polres Garut menggunakan berbagai macam media sosial akan tetapi humas Polres Garut ini lebih mengutamakan media sosial instagram karena dianggap lebih strategis, mudah dan cepat dalam menyebarkan informasi karena gampang viral serta banyak penggunanya yang berasal dari berbagai kalangan masyarakat. Algoritma instagram sejalan dengan kebutuhan Polres garut dalam komunikasi publik. Prinsip yang diterapkan oleh Instagram dalam algoritmanya yaitu, prinsip ketertarikan (*interest*), prinsip hubungan (*relationship*), prinsip ketepatan waktu posting (*timeliness*), frekuensi (*frequency*), prinsip mengikuti (*following*) dan prinsip pemakaian (*usage*). (Farid and Farhah 2021)

*“karena saat ini instagram banyak digunakan oleh masyarakat, kalo awal-awal kita menggunakan facebook dan youtube, kita disini mengikuti trend yang ada dimasyarakat diinstagram banyak anak muda kalau facebook banyaknya orangtua, kita disini menyesuaikan dengan informasi apa yang akan disampaikan”.* (Kasihumas IPDA Cahya Priatna)

Penyebaran informasi melalui saluran media sosial instagram bisa dihitung hanya dalam hitungan detik secara menyeluruh, oleh sebab itu humas memilih instagram sebagai media komunikasi dan publikasi karena banyak penggunanya berbagai kalangan sebagai target sasaran membagikan informasi. Instagram kini memiliki berbagai fitur untuk mengunggah berbagai konten seperti *reels*, *feeds*, *instastory*. Penggunaan fitur yang ada akan disesuaikan dengan situasi dan kondisi, tujuannya adalah agar unggahan memiliki nilai engagement yang cukup tinggi dan dapat tepat sesuai sasaran sehingga meningkat kepercayaan terhadap Polres Garut.

## **Evaluasi Humas Polres Garut dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Publik Dalam Meningkatkan Citra**

Setelah tahap komunikasi dan melaksanakan kegiatan program, selanjutnya humas Polres Garut melakukan evaluasi program guna mengetahui efektifitas program dan memberikan penilaian atas kinerjanya. Langkah terakhir adalah bagi para profesional PR untuk mengevaluasi apa yang telah dilakukan untuk mengukur keberhasilan. Apakah langkah-

langkah yang diambil berhasil atau sebaliknya. Hal ini mungkin mencerminkan apakah hasil dari strategi yang diterapkan meningkat atau menurun. (Purnomo, Yasmin Balqis Awwaliyah; Sadono 2022)

### 1. Persiapan

Tahap ini adalah tahap analisis persiapan evaluasi program dari awal untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar dan guna meminimalisir kesalahan dari persiapan sebelumnya. Dalam persiapan evaluasi program yang dilakukan oleh humas Polres Garut adalah menyiapkan konsep atau tema konten sebagai pedoman atau patokan awal, menyiapkan SDM atau anggota yang akan bertugas dan mengarahkan teknik pengambilan foto, video atau sudut yang akan diabadikan, pemilihan gambar atau moment yang tepat dan mengatur *timing* atau jam untuk *upload* konten atau informasi tersebut.

*“pada saat pengambilan dokumentasi kita harus memperhatikan konsep yang ingin diambil dari awal, sehingga pengambilan dokumen sesuai dengan yang kita inginkan, selain itu kita harus memperhatikan SDM dan tekniknya pengambilan dokumentasi dilapangan yang mengacu pada perencanaan awal untuk berhati-hati dalam pengambilan gambar dan video”*. (Kasihumas IPDA Cahya Priatna)

### 2. Pelaksanaan

Pelaksanaan evaluasi program ini tahap implementasi program, menuntut adanya dokumentasi sebagai bukti bahwa program telah dilaksanakan sesuai dengan rencana, humas Polres Garut menjadikan instagram sebagai tempat pengaduan yang dapat mempermudah masyarakat, memberikan pelayanan dan publikasi program kepolisian yang terintegrasi. Efek yang didapatkan setelah menjalankan program strategi komunikasi publik melalui saluran media sosial instagram oleh humas, Polres Garut mendapatkan tanggapan yang positif, menimbulkan kepercayaan dari masyarakat dan meningkatnya *followers* @polresgarut.

### Kesimpulan

Dalam mengembangkan komunikasi publik secara keseluruhan termasuk pemanfaatan insatgram sebagai sarana komunikasi publik oleh Humas Polres Garut dalam meningkat citra lembaga, Humas Polres Garut melaksnakan dalam beberapa tahap dan melibatkan berbagai pihak sesuai dengan tugas, pokok dan fungsinya sesuai dengan strategi manajemen komunikasi model Cultip, Centre dan Broom yaitu mendefinisikan *problem public relations*, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi serta evaluasi program. (Cultip, Scott M.; Center, Allen H; Broom 2009)

Pendekatan pertama analisis situasi atau menentukan masalah, humas Polres Garut menyusun pengorganisasian berbagi tugas dan tanggungjawab, menjadi juru bicara Polres

Garut, mempublikasikan kegiatan kepolisian diinstagram dan membangun opini positif. Pada aspek koordinasi yang terlibat dan memiliki pengaruh ialah kapolres, wakapolres dan kasihumas sedangkan koordinasi cara pengambilan data, editing dan mengunggahnya diinstagram ialah kasubsidi PENMAS dan kasubsidi PIDM yang dikendalikan oleh kasihumas. Hal yang dikoordinasikan ialah cara pengambilan dokumentasi dan mencari sumber data valid. Terakhir aspek sikap humas Polres Garut mengambil sikap berdasarkan keputusan semua anggota untuk mencapai tujuan bersama dalam mencari sumber data dan kelengkapan informasi. Pendekatan kedua perencanaan dan penyusunan program, pada penelitian *programming* humas Polres Garut mempublikasikan kegiatan Polres Garut, membuat berita klarifikasi meluruskan berita hoax, dan menggandeng akun instagram lokal garut. Selanjutnya *scheduling* informasi keseharian humas Polres Garut membutuhkan waktu 1-3 jam dari pengumpulan, editing dan publikasi untuk kasus insidental tidak mengenal waktu karena membutuhkan kelengkapan data. Untuk jadwal jam *upload* pukul 8 pagi, pukul 12-3 sore dan pukul 8 malam. *Budgeting* peneliti menemukan anggaran dan staff mencukupi untuk program publikasi diinstagram, untuk konten video humas menyesuaikan dengan anggaran dan kebutuhan, penelitian tentang *accountability* yang bertanggungjawab atas perencanaan dan penyusunan program yakni kasubsidi PENMAS, kasubsidi PIDM dan kasihumas. Terakhir penelitian *tentative plan* sebelum konten dipublikasikan humas Polres Garut memfilter informasi sesuai dengan UU publikasi serta dianalisa oleh kasihumas dan kapolres. Pendekatan ketiga melakukan tindakan dan berkomunikasi, pada penelitian tentang kredibilitas humas Polres Garut memilih Kapolres sebagai komunikatornya ditambah dengan sikap humas Polres Garut yang objektif dan transparan hal ini dapat menumpuhkan rasa percaya masyarakat karena Polres Garut telah bersikap terbuka. Tentang konteks humas Polres Garut berkenaan keamanan dan ketertiban masyarakat menampilkan peran Polres Garut disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat. Pada penelitian isi pesan humas menyampaikan informasi memiliki kredibilitas sumber data, objektif, transparan dan bahasa yang umum. Untuk kejelasan humas Polres Garut menggunakan kalimat singkat, padat dan jelas dan untuk informasi konferensi pers memuat keterangan 5W 1H untuk menjelaskan kronologi kejadian. Penelitian kontinuitas dan konsisten humas Polres Garut menggunakan alat komunikasi yang bagus, tim editing yang mendukung, koneksi internet yang kuat dan konsisten memposting konten diinstagram minimal sehari memposting satu konten, humas Polres Garut memilih instagram sebagai alat komunikasi dan publikasi karena dianggap sangat strategi, mudah dan cepat serta banyak digunakan masyarakat. Pendekatan keempat evaluasi

program, pada penelitian tentang persiapan humas Polres Garut mengumpulkan informasi, menyiapkan konsep atau tema sebagai patokan atau pedoman pembuatan konten dan mengarahkan anggotanya dalam mengambil dokumentasi serta mengatur *timing* untuk mengunggah konten, penelitian pelaksanaan Instagram tempat pengaduan, memberikan pelayanan dan publikasi program kepolisian, efek atau dampak pelaksanaan strategi komunikasi diinstagram oleh humas Polres Garut mendapatkan tanggapan yang positif, menimbulkan kepercayaan dari masyarakat dan meningkatnya jumlah *followers* @polresgarut dari 37,6RB kini menjadi 96,4RB.

### Daftar Pustaka

- Agustia, Maya, and Nur Anisah. 2018. "Strategi Komunikasi Humas Polda Aceh Untuk Membentuk Citra Positif Polisi Di Mata Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik* 2 (2): 509–17. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7516>.
- Alamanda, Dini Turipanam, Nizar Ahmad Hamdani, Wenny R Daniarti, and Novie Susanti Suseno. 2021. "Tourism Marketing Strategies in Utilizing Instagrammable Spots of Mount Papandayan Tourism in Indonesia." *International Journal of Management (IJM)* 12 (7): 53–63. <https://iaeme.com/Home/journal/IJM53editor@iaeme.comAvailableonlineathttps://iaeme.com/Home/issue/IJM?Volume=12&Issue=7>.
- Alfian, Elvi. 2020. "Tugas Dan Fungsi Kepolisian Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Terhadap Penegak Hukum." *Legalitas: Jurnal Hukum* 12 (1): 27. <https://doi.org/10.33087/legalitas.v12i1.192>.
- Arissaputra, Sofian, and Septia Winduwati. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Publik Terkait Dengan Penanggulangan COVID-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @ikpdinaskominfobabel)." *Kiwari* 1 (1): 209. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15780>.
- Cultip, Scott M.; Center, Allen H; Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations*. Kencana.
- Damayanti, A, I D Delima, and ... 2023. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Rumahkimkotatangerang)." *Jurnal PIKMA: Publikasi ...* 6 (September): 173–90. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/1308%0Ahttps://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/download/1308/454>.
- Dunan, Amri. 2020. "Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy." *Journal Pekommas* 5 (1): 71. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108>.
- Farid, Muhammad, and Eva Farhah. 2021. "Pemanfaatan Algoritma Instagram Dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya (Studi Kasus Di @KampungbudayaPijiWetan)." *Cakra Wisata* 22 (2): 1–8. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/50407>.
- habib, Deril Rosyid Al, and Bambang Suratman. 2018. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Lembaga Pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* 6 (3): 125–31.
- Lilie Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan, dan Kuwatono. 2017. "Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online." *Jurnal ASPIKOM* Volume 3 (14): 326–39.
- Linsi Fandita, Alodia, Rini Darmastuti, Program Studi, Hubungan Masyarakat, Universitas Kristen, Satya Wacana, and Jawa Tengah. 2023. "Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Salatiga Dalam Mensosialisasikan Program 'Matur

- Mas Yuli” 9 (2): 161–78.
- Meidiana, Nadya, Rialdo Rezeky Manogari Lumban Toruan, Hamsinah Hamsinah, and Rama Adhipoetra. 2022. “Akun Instagram @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi.” *Jurnal Cyber PR* 2 (2): 119–32. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2428>.
- Moleong. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mucharam, Achmad. 2022. “Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 27 (1): 71–82.
- Nabila, Nisrina L, and Hedi Pudjo Santoso. 2021. “Strategi Komunikasi Publik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Dalam Menangkal Infodemik Covid-19.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Konomikasi* 18 (2): 168–79. <https://kawalCovid.19.id/>.
- Nasrullah, M.Si., Dr. Rulli. 2018. “Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial.” *Jurnal Sositologi* 17 (2): 271. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>.
- Nur Azizah, Nadia Zulfa, and Ayub Ilfandy Imran. 2019. “Proses Public Relations Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram @Keretaapikita.” *Performance* 26 (1): 19. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.1.1385>.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, Achmad Wildan Kurniawan, Program Studi, Ilmu Komunikasi, and Universitas Garut. 2017. “Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian-ISSN: 2461-0836 KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI,” no. 1: 90–95.
- Purnomo, Yasmin Balqis Awwaliyah; Sadono, Teguh Priyo. 2022. “Strategi Komunikasi Hmas Polda Jatim Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 02 (8.5.2017): 2003–5. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/1804>.
- Renggo, Liborius Benny, Aizun Najih, and Fathul Qorib. 2021. “Menjalin Komunikasi Publik : Strategi Humas Universitas Tribhuwana Tungadewi Dalam Menjaga Relasi Internal Dan Eksternal.” *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10 (2): 95–100. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i2.2222>.
- Sugiono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabet.
- Syarifuddin, and Rahmawati Djaffar. 2022. “Pola Komunikasi Publik Di Era Digital Public Communication Patterns in the Digital Era.” *JASIMA: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media* 3 (2): 172–82.