

# BAB I

## PENDAHULUAN

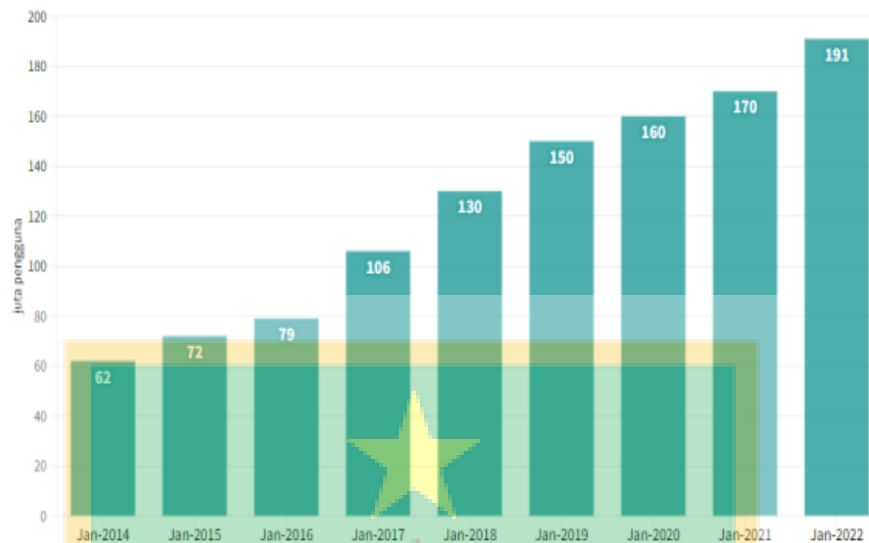
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era yang semakin pesat, kehadiran teknologi pun semakin berpengaruh pada kehidupan manusia. Teknologi media menjadi arus baru dimana masyarakat semakin bergantung pada teknologi dan mempengaruhi tatanan masyarakat yang terbentuk karena kegunaan teknologi.<sup>1</sup> Salah satunya adalah penggunaan media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh dataindonesia.id, pada awal tahun 2022 sudah ada 191 Juta yang menggunakan media sosial di Indonesia, jumlah pengguna menjadi naik 12,35% dibandingkan di tahun sebelumnya yang berjumlah 170 juta pengguna. Dari perhitungan data pengguna media sosial di Indonesia (2014-2022), dapat dikatakan jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dan media sosial sudah menjadi tempat komunikasi yang sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena kemudahannya dalam menyampaikan dan menerima. Berikut data pengguna media sosial dari tahun 2014 hingga sekarang di Indonesia

---

<sup>1</sup>Sri Choiriyati. (2015). "Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol.2No. 2. hlm. 21 (<http://journal.uml.ac.id/PF/article/download/143/126>)



**Gambar 1.1 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia (2014-2022)**

**Sumber : dataindonesia.id<sup>2</sup>**

Disamping itu survey yang dilakukan oleh Dataindonesia.id menunjukkan media sosial yang penggunanya paling banyak adalah *WhatsApp*, lalu yang kedua adalah *Instagram* dan setelahnya ada *Facebook* yang memiliki pengguna terbanyak ketiga. Meskipun ketiganya merupakan media sosial yang paling banyak digunakan, kegunaan *WhatsApp* berbeda dengan kegunaan *Instagram* maupun *Facebook*. Menurut Trisnani dalam jurnalnya yang berjudul “Pemanfaatan *WhatsApp* Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat” menjelaskan bahwa *WhatsApp* adalah aplikasi media sosial yang digunakan sebagai kepentingan individu atau kelompok dalam penyampaian pesan, selain itu WA

<sup>2</sup> Mahdi, M I. “Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022”. Diakses pada tanggal 20 Desember 2022. (<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>)

juga digunakan sebagai kepentingan bersosialisasi.<sup>3</sup> *WhatsApp* tidak dapat mengunggah foto ataupun video dalam sebuah *timeline*, namun masih bisa mengunggahnya dalam bentuk profil maupun status WA. Lain halnya dengan *Instagram* merupakan platform yang sepenuhnya visual, yang bisa membagikan gambar atau video kepada seluruh audiens mereka. Hal ini dikarenakan dalam menggunakan *Instagram* lebih luas jangkauannya seperti untuk berbagi cerita melalui *Instagram Story* dan membagikan konten – konten yang menarik melalui *feeds Instagram* mereka untuk meningkatkan inovasi serta kreatifitas bagi penggunaanya dan juga memberikan inspirasi bagi pengikutnya (*followers*).

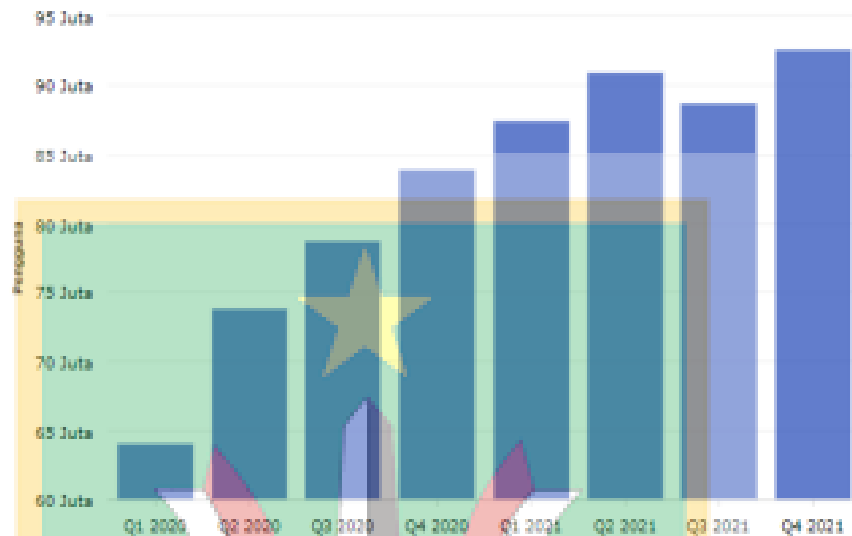
Hadirnya media sosial *Instagram* dapat merubah perilaku kehidupan masyarakat saat ini. Hal ini dikarenakan *Instagram* menjadi sebuah alat yang mudah dalam proses penyebaran informasi maupun publikasi, selain itu bagi para pelaku bisnis dapat memberikan kemudahan dalam mempromosikan sebuah produknya kepada publik. Dengan demikian *Instagram* menjadi salah satu akses media sosial dalam memudahkan masyarakat untuk berbagi informasi di ruang publik.

Hasil riset pada kuartal IV-2021 yang diakses dari website [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), bahwa pengguna Instagram di Indonesia tercatat ada 92,53 juta dan mayoritasnya kelompok yang berusia 18 sampai 24 tahun, yaitu sebanyak 34,4 juta pengguna. Rincian pengguna aplikasi tersebut sebanyak

---

<sup>3</sup> Trisnani. (2017). “Pemanfaatan *WhatsApp* Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat?”. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. Vol.6, No.3. hlm.2. (<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1227>)

20% berjenis kelamin perempuan, sedangkan sebaliknya laki-laki sebanyak 17,2%.<sup>4</sup> Berikut datanya:



**Gambar 1.2 Data Jumlah Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia Tahun 2020-2021**

**Sumber: databoks.katadata.co.id<sup>5</sup>**

Media sosial *Instagram* juga dimanfaatkan oleh berbagai instansi pemerintahan Indonesia sebagai media publikasi melalui situs web instansi pemerintahan.<sup>6</sup> Didalam sebuah perusahaan peran media sosial *Instagram* sangat penting untuk menghubungkan pengguna kepada seluruh khalayak. Hal ini akan berdampak pada pengaruh komunikasi terutama di dalam sebuah instansi/perusahaan/organisasi, dikarenakan *Instagram* memberikan

<sup>4</sup> Rizaty, M A. “Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021”. Diakses pada tanggal 20 April 2022. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>)

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Reyhan N & Prudensius.M. (2021). “Peran Humas Polres Metro Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Citra Kepolisian Melalui Instagram”. *Jurnal Pantarei*. Vol.5 No.3. hlm.1. (<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/789>)

kemudahan untuk mencari data-data atau suatu permasalahan pada suatu pengelolaan informasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma Ari Citra (2021) yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga” menyatakan pentingnya penggunaa media sosial seperti *Instagram* untuk menyebarkan segala informasi sebagai sarana penyebaran informasi dalam memperbaiki citra lembaga.<sup>7</sup> Salah satu instansi pemerintah yang memanfaatkan media sosial *Instagram* yakni Bidang Humas Polda Metro Jaya, yang bertugas mengelola dan menyediakan berita, informasi dan dokumentasi, serta mempublikasikan kerja sama dan menjalin hubungan dengan media massa. Lalu dalam tugasnya sebagai Humas melaksanakan kegiatan analisis dan evaluasi (anev).<sup>8</sup> Pada hakikatnya peran Humas Polda Metro Jaya memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media publikasi untuk mendorong komunikasi masyarakat yang terbentuk menjadi opini publik maupun mewadahi masukan pendapat dari publik, dan mengunggah setiap kegiatan Kepolisian yang terkait dalam lingkungan Polda Metro Jaya, selain itu guna memulihkan kepercayaan masyarakat yang menurun. Diketahui bahwa dengan memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi, maka segala kegiatan yang bersangkutan mengenai suatu Lembaga dapat meningkatkan citra Lembaganya.

---

<sup>7</sup> Citra, R A. (2021). “*Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga*”. Bandung: Universitas Islam Negeri. Hal.57 ([http://digilib.uinsgd.ac.id/45820/49/1\\_cover.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/45820/49/1_cover.pdf))

<sup>8</sup>Peraturan Kepolisian Negara Republik Indonesia No. 14 Tahun 2018 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kepolisian Daerah., Hlm. 149

Dalam hal ini Strategi Humas sangat diperlukan terhadap pemanfaatan media sosial *Instagram* Polda Metro Jaya, yang meliputi pengumpulan data, perencanaan, pengelolaan dan evaluasi. Jika strategi humas dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* berhasil maka diharapkan dapat tercapainya tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan atau organisasi. Selain itu juga akan terbentuk pandangan dan sikap yang positif baik dari pihak internal maupun eksternal, serta akan terbentuk pandangan positif tentang kepercayaan yang dapat meningkatkan citra Lembaga.



**Gambar 1.3 Akun Profil Instagram Polda Metro Jaya**

**Sumber: akun Instagram @poldametrojaya<sup>9</sup>**

Akun *Instagram* @poldametrojaya dibuat pada bulan Mei tahun 2016. Alasan peneliti memilih media sosial *Instagram* dikarenakan aplikasi tersebut menjadi salah satu dari tiga media sosial yang digunakan Humas Polda Metro Jaya (*Twitter, Facebook, dan Instagram*) dengan *Followers* nya paling banyak di ikuti, yaitu berjumlah 337 ribu *Followers Instagram* @poldametrojaya. Selain itu Humas Polda Metro Jaya juga melakukan kegiatan publikasi di media massa seperti selebaran, iklan atau siaran pers.

<sup>9</sup> Diakses melalui link <https://www.instagram.com/poldametrojaya/> pada tanggal 30 Juni 2023.

Dalam penelitian ini media sosial *Instagram* dipilih sebagai media publikasi untuk menginformasikan melalui beberapa konten yang di edit semenarik mungkin untuk di posting dalam akun @poldametrojaya, baik berupa video ataupun gambar. Konten yang dibagikan pada akun media sosial *Instagram* @poldametrojaya (gambar 3) cukup beragam. Dimulai dari kegiatan Kapolda memantau situasi aksi unjuk rasa, himbauan-himbauan kepada masyarakat, anggota Polisi melakukan bakti sosial, lalu ucapan bela sungkawa hingga memperingati hari ulang tahun.



**Gambar 1.4 Konten Akun Instagram @poldametrojaya**

**Sumber: Instagram @poldametrojaya<sup>10</sup>**

Pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi oleh Humas bertujuan memberikan kemudahan berinteraksi dengan publik, menampung masukan dari publik, serta menjadi tempat dalam mengenalkan dan mempublikasikan program dan kebijakan pemerintah, dan juga tempat klarifikasi jika terjadi suatu krisis pada perusahaan. Serta dapat mempengaruhi persepsi Masyarakat

---

<sup>10</sup> Diakses melalui link <https://www.instagram.com/poldametrojaya/> pada tanggal 1 Oktober 2022.

dalam menilai Polda Metro Jaya dari pemanfaatan media sosial *Instagram* dan membentuk sebuah citra yang positif.

Seperti salah satu contoh pada unggahan foto pada tanggal 15 September 2022 dimana Humas Polda Metro Jaya mempublikasikan kegiatan Kapolda Metro Jaya di akun @poldametrojaya yang mengapresiasi para anggota polisi yang melaksanakan pengamanan aksi unjuk rasa mahasiswa disekitar patung kuda arjuna Wijaya, Jakarta Pusat dan mengenai kegiatan Kapolda dalam melaksanakan patroli udara untuk memantau situasi arus lalu lintas di wilayah hukum Polda Metro Jaya dan. Dalam unggahan yang berisi kegiatan tersebut mendapatkan berbagai respon baik positif maupun negatif, seperti salah satu respon positif yang disampaikan oleh akun @budiwira\*\*\*\*\* yang mengomentari postingan tersebut yang berisikan “Respect jendral” lalu komentar selanjutnya “kerja dengan ikhlas dan sabar” yang ditulis oleh akun lainnya. Selain mendapatkan respon positif, terdapat juga respon negatif dari akun *Instagram* @za\*\*ahlevii yang berisikan “Udah kaga percaya sama polisi”. Diketahui belakangan ini banyak terjadi beberapa kasus yang menyebabkan citra Kepolisian Republik Indonesia menurun dari beberapa macam media diantaranya mengenai persoalan keterlibatan oknum Polri dalam kasus korupsi, narkoba, tindak pidana kekerasan terhadap masyarakat dan beberapa hal lainnya.

Dapat dilihat berdasarkan hasil survey citra Polri akhir tahun 2022 citra Polri mengalami penurunan dikarenakan beberapa kejadian yang menimpa Kepolisian Republik Indonesia. Menurut nasional.kompas.com pada Januari



2022 citra Polri mengalami penurunan menjadi 21,9 % dan naik lagi pada Juni 2022 menjadi 24,7 %. Lalu peningkatan citra negatif Polri paling tajam terjadi lagi pada periode Juni-Oktober 2022 yang menyentuh angka 43,1%.<sup>11</sup> Beberapa diantaranya seperti kasus tragedi sepak bola Kanjuruhan, pembunuhan berencana oleh Ferdy Sambo yang merupakan mantan Kadiv Propam Polri dan penyalahgunaan narkoba oleh mantan Kapolda Sumatera Barat yaitu Irjen Teddy Minahasa.

Salah satu fenomena yang membuat citra Polda Metro Jaya menurun karena Anggota Polda Metro Jaya yang melanggar kode etik dan penyelewengan jabatan karena terlibat dalam kasus Ferdy Sambo pada bulan Agustus 2022. Keterlibatan tersebut membuat gerak gerik Institusi Polda Metro Jaya tidak lepas dari mata media. Sehingga muncul pemberitaan sebagai berikut:



**Gambar 1.5 Pemberitaan tentang anggota Polda Metro Jaya yang terlibat kasus Ferdy Sambo**

**Sumber: news.detik.com<sup>12</sup>**

<sup>11</sup> Nasional.kompas.com - Diakses pada tanggal 21 Juni 2023. (<https://nasional.kompas.com/read/2022/10/27/09374821/survei-litbang-kompas-citra-polri-berada-di-titik-terendah-dalam-2-tahun>)

<sup>12</sup> News.detik.com - Diakses pada tanggal 26 Agustus 2023. (<https://news.detik.com/berita/d-6229039/7-anggota-diperiksa-terkait-kasus-irjen-sambo-begini-respons-polda-metro>)

Dengan kejadian tersebut membuat kepercayaan masyarakat terhadap Polda Metro Jaya menurun. Hal ini disebabkan pemberitaan yang dilansir di berbagai media seringkali terbilang tinggi dalam mempengaruhi kepercayaan masyarakat, yang artinya sesuatu yang dipublikasikan ke media bisa berdampak pada penilaian suatu citra organisasi/Lembaga/perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh Siti Sekar Ayu Fadillah dan Dwi Kartikawati dalam jurnal yang berjudul “Aktivitas *Media Relations* Konsultan *Public Relations Media Buffet* Dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien” yang mengatakan bahwa publisitas di media diperlukan untuk menciptakan citra perusahaan agar persepsi yang diterima seseorang terhadap perusahaan didasarkan pada informasi-informasi dan pengetahuan yang diterima.<sup>13</sup>

Dengan demikian, Humas Polda Metro Jaya perlu melakukan sebuah strategi humas melalui media sosial *Instagram* yang diharapkan agar tercapainya tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan atau organisasi. Maka dari itu penulis tertarik untuk mencari tahu bagaimana Strategi Humas Melalui Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Humas Melalui Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya?

---

<sup>13</sup> Siti Sekar Ayu Fadillah dan Dwi Kartikawati. (2020). “Aktivitas *Media Relations* Konsultan *Public Relations Media Buffet* Dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien”. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*. Vol.6. No.2. Hlm. 549

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas Melalui Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan wawasan terkait pemanfaatan media social *Instagram* sebagai media publikasi oleh Bidang Humas Polda Metro Jaya dalam meningkatkan citra lembaga.

#### 2. Manfaat Praktis

- a) Bagi bidang humas Polda Metro Jaya, gambaran hasil penelitian dapat memberikan kontribusi sebagai bahan evaluasi dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra perusahaan.
- b) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan sebuah masukan atau kontribusi pada pengembangan teori/ilmu humas melalui pemanfaatan media sosial.

#### 3. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi terutama pada bidang Humas dan menjadi syarat kelulusan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibuat berdasarkan pada struktur penulisan yang telah ditetapkan secara sistematis, sehingga proposal penelitian tersebut tersaji

dengan baik dan mudah dipahami. Berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I merupakan bagian gambaran umum tentang permasalahan yang diteliti. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian dimana penulis ingin mengetahui bagaimana strategi humas melalui media sosial *instagram* sebagai media publikasi untuk meningkatkan citra di Polda Metro Jaya. Selain itu, terdapat manfaat penelitian secara teoritis, praktis dan akademis. Serta sistematika penulisan pada bagian akhir Bab I sebagai bagian dari rancangan penelitian.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bagian Bab II memuat tinjauan Pustaka. Tinjauan Pustaka yang berisikan mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat ini, lalu memaparkan tentang deskripsi teori yang berhubungan dengan penelitian saat ini, serta kerangka berfikir yang menggambarkan alur pikiran peneliti.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab III merupakan Metodologi Penelitian, berisikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini. Meliputi pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian menggunakan deskriptif. Lalu pengambilan data dengan menggunakan wawancara dan observasi,

dengan narasumber dari bagian Humas Polda Metro Jaya. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan hingga data akhirnya terbentuk dalam laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV berisikan pemaparan mengenai Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan uraian Kesimpulan yang menjabarkan jawaban dari pertanyaan penelitian dan Saran yang ditujukan kepada pihak yang berkaitan.

