

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
INFORMASI DAN KOMUNIKASI POLRESTA SURAKARTA KEPADA
MASYARAKAT**

**UTILIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM FOR
INFORMATION AND COMMUNICATION FROM THE SURAKARTA
POLICE TO THE PUBLIC**

Alfiano Imam Saputro¹, Dr. Herning Suryo, M.Si²

Program Studi Ilmu Komunikasi , FISIP

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, di Jalan Sumpah Pemuda, Surakarta

Alfianoimam69@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi serta informasi memunculkan adanya sebuah media yang dirancang untuk tujuan membagikan informasi dan komunikasi pada pengikutnya. Media itu dinamakan *Instagram*, di *Instagram* para penggunanya diberikan kebebasan dalam mengunggah apapun yang berasal dari penggunanya. Adanya *Instagram* juga memudahkan organisasi, instansi atau perusahaan dalam melakukan proses komunikasi guna menjaga korelasi yang baik dengan Masyarakat. Polresta Surakarta merupakan salah satu instansi yang mengunakan media sosial *Instagram* dalam proses penyampaian informasi dan berkomunikasi dengan Masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dan Komunikasi pada Polresta Surakarta. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *new media* yang Dimana *Instagram* termasuk kedalam kategori tersebut. Dimana pemanfaatan juga meliputi fitur-fitur yang ada di *Instagram*, Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan salah satu anggota humas Polresta Surakarta dan Masyarakat. Selain itu data juga didapatkan melalui observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yakni Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dan Komunikasi pada Polresta Surakarta informatif, cukup efektif dan mendapatkan respon yang baik. Dan hasil ini dapat di simpulkan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* dapat membantu Masyarakat agar terus *update* informasi yang terjadi di area Surakarta.

Kata kunci : *new media*, *Instagram*, Polresta Surakarta

ABSTRACT

Technological developments in the field of communication and information have given rise to media designed for the purpose of sharing information and communication with followers. The media is called *Instagram*, on *Instagram* its users are given the freedom to upload anything that comes from its users. The existence of *Instagram* also makes it easier for organizations, agencies or

companies to carry out communication processes in order to maintain good correlation with society. The Surakarta Police is one of the agencies that uses Instagram social media in the process of conveying information and communicating with the public. The aim of this research is to describe the use of *Instagram* social media as an information and communication medium at the Surakarta Police. And in this research, researchers used *new media* theory, where *Instagram* is included in this category. Where utilization also includes features on *Instagram*. The method used in this research uses a qualitative descriptive method. Data obtained through interviews with one of the public relations members of the Surakarta Police and the Community. Apart from that, data is also obtained through observation and documentation. The results of this research are that the use of *Instagram* social media as an information and communication medium at the Surakarta Police is informative, quite effective and gets a good response. And from these results it can be concluded that the use of *Instagram* social media can help the public to continue to *update* information on what is happening in the Surakarta area.

Keywords: *new media, Instagram, Surakarta Police*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya perkembangan Teknologi informasi menjadikan internet sebagai media publikasi yang paling diminati oleh masyarakat saat ini. Dikutip dari www.websindo.com, berdasarkan data dari Kementerian Kominfo Republik Indonesia, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 54 persen atau 143 juta dari 265 juta jiwa penduduk Indonesia. Hal inilah yang membuat penggunaan internet sebagai media komunikasi mulai diminati. Banyaknya jumlah pengguna internet, membuat penyampaian informasi akan menjadi lebih mudah dan cepat.

Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Fitriani, 2017). *Facebook, Instagram, twitter* dan *youtube* adalah contoh platform media sosial yang paling populer di kalangan publik. Dikutip dari www.websindo.com, Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Hootsuite: Indonesian Digital Report 2019, pengguna media sosial di Indonesia saat ini mencapai 150 juta jiwa dari 266 juta jiwa. Selanjutnya platform yang sangat populer digunakan salah satunya adalah *instagram* dengan menyumbang 80 persen penggunanya. Jumlah ini

menunjukkan betapa besarnya potensi media sosial sebagai media publikasi.

Media sosial memiliki potensi besar dalam penyebaran informasi kepada publik eksternal. Hal ini dikarenakan publik eksternal adalah peran penting dalam hal reputasi instansi, kepercayaan dan informasi yang tersebar di publik. Salah satu potensi media sosial ada pada bidang humas lembaga kepolisian termasuk seperti Polresta Surakarta. Pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi juga sudah mulai diterapkan oleh Humas Polresta Surakarta. Berdasarkan data yang sudah terpapar diatas, bahwa tren penggunaan media sosial semakin meningkat. Humas Polresta Surakarta menyadari pentingnya mengikuti perkembangan zaman dengan melakukan inovasi dalam bidang teknologi khususnya media sosial. Pemanfaatan media sosial dilakukan dalam upaya memberikan informasi dan juga sebagai alat komunikasi bagi Polresta Surakarta kepada publik. Hal ini dilakukan demi meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik eksternal, khususnya di wilayah hukum Surakarta.

Sebenarnya Polresta Surakarta tidak hanya memiliki akun media sosial *instagram* saja ada juga *webside*, *facebook*, *tiktok* dan *youtube*. Tapi aplikasi yang cukup efektif adalah *instagram* dimana di aplikasi ini masyarakat dapat mengakses dengan mudah dan banyak juga konten konten yang di buat semenarik mungkin sehingga menarik animo masyarakat untuk melihat media sosial Polresta Surakarta

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, merekam video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke dalam feed mereka atau melalui fitur lain seperti *Stories*, *Reels*, dan *IGTV*. Instagram juga memungkinkan interaksi sosial melalui fitur seperti *likes*, *komentar*, dan *direct messaging*. Dalam era informasi yang mudah disebar, Instagram dapat menjadi saluran resmi untuk menyampaikan informasi yang benar dan terpercaya dari kepolisian, mencegah penyebaran hoaks atau informasi yang salah. Dengan strategi yang tepat, kepolisian dapat memanfaatkan platform ini untuk layanan informasi ke publik, mendorong partisipasi masyarakat, dan memperkuat hubungan antara polisi dan publik.

(Purnama, T. T. ,2022) .

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta mempresentasikan diri (Rulli Nasrullah, 2015:13). Media sosial menawarkan kebebasan menyebarkan informasi bagi pengguna untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Media sosial sangat mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Dan dalam penggunaan media sosial itu sendiri tidak perlu menggunakan biaya sama sekali bahkan bisa dikatakan gratis. Media sosial memberikan akses yang sangat mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi dan komunikasi salah satunya adalah *instagram*.

Akun Instagram @Polresta Surakarta memiliki pengikut sejumlah 101 ribu. Humas Polresta Surakarta menggunakan *Instagram* sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat yakni sebagai media komunikasi dengan warga solo. Adapun informasi yang diinformasikan yaitu mulai dari informasi perayaan HUT Bhayangkari Polri, tertiba lalin, Razia operasi Candi, penangkapan kasus begal, pemantauan lalu lintas, informasi vaksinasi, pembuatan SKCK (Surat Keterangan Catatan Kepolisian), SIM (Surat Izin Mengemudi), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), kegiatan Kapolresta Surakarta serta adanya kesadaran masyarakat informasi lain yang bisa masyarakat akses di media sosial yang telah diinformasikan oleh Polresta Surakarta lewat media Instagram. Tujuan pihak Polresta Surakarta menggunakan *Instagram* salah satunya sebagai wadah dalam memberikan layanan informasi dan komunikasi yang berupa himbauan, layanan informasi maupun peringatan.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti bermaksud mengajukan penelitian berupa Tugas Akhir dengan permasalahan bagaimanakah pemanfaatan media sosial *instagram* @Polresta Surakarta sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui dan menganalisis cara komunikasi yang dilakukan kepolisian dalam rangka memberikan layanan informasi melalui media sosialnya yang berupa *instagram* pada akun @Polresta Surakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan *metode* pendekatan studi kasus. Kasus yang dipilih peneliti yakni pemanfaatan instagram akun @Polresta Surakarta sebagai media komunikasi dalam memberikan layanan informasi. Pengumpulan datanya dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian yakni di Kantor Polresta Surakarta yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi No.376, Purwosari, Kecamatan. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57142. Teknik wawancara dengan menggunakan *tehnik purposive sampling* Dalam penelitian ini ada 4 informan yang terdiri dari 1 informan utama perwakilan Humas dan 1 admin akun instagram @Polresta Surakarta dan 2 orang perwakilan pengguna aktif instagram.

Setiap analisis kasus data didasarkan pada hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan penggabungan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi (triangulasi). Analisa dilakukan dengan menarik kesimpulan secara runtut reduksi data, komparasi data dan penarikan kesimpulan. Validitas data menggunakan traingulasi sumber. (Sugiyono,2017)

Keabsahan data pada penelitian ini akan diverifikasi menggunakan teknik tiangulasi data. Triangulasi data adalah metode untuk memastikan keabsahan data dengan menggunakan sumber tambahan atau perbandingan eksternal (Lexy, 2016).

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Teori *New Media*

Teori media baru adalah sebuah teori yang di kembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatan dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat World Wide Web (WWW) merupakan sebuah lingkungan

informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interkatif. Sedangkan pendekatan kedua yaitu pandangan integrasi sosial. Media diritualkan karena media mejadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri atau bagaimana manusia menggunakan media sosial sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan meberi kita rasa saling memiliki. New media adalah media nline yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet. (Mondry,2008:13) mengatakan bahwa Teori New Media terbagi menjadi 3 : Jejaring sosial, Online shop, Informasi dan komunikasi, dan dalam situasi ini penggunaan New Media pada media sosial Instagram @polrestasurakata sebagai media informasi dan komunikasi bagi masyarakat.

2. Definisi Komunikasi Massa

Menurut ahli Tan dan Wright, (2017) mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Turut menambahkan Ardianto,(2014) Bahwa Pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang

banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi dan media sosial terbaru seperti facebook, youtube dan juga instagram.

Komunikasi massa juga mempunyai fungsi bagi masyarakat. Adapun fungsi komunikasi massa adalah sebagai *Surveillance* (Pengawasan dan penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari seperti berita razia operasi candi, kriminalitas di kota solo dan juga kegiatan event dari Polresta Surakarta), berfungsi sebagai *Interpretation* (Penafsiran), berfungsi sebagai *Lingage* (Pertalian), sebagai *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai untuk layanan informasi publik) serta sebagai *entertainment* (Hiburan) yakni Penyiaran informasi yang bertujuan untuk menciptakan kesenangan yang bersifat hiburan.

3. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah alat atau saluran komunikasi yang digunakan penggunaannya untuk berinteraksi serta berkomunikasi melalui jaringan internet secara online. Media sosial dapat berkomunikasi serta berinteraksi melalui media sosial seperti memposting foto, reels maupun berkirim pesan. (Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, 2010) menyatakan bahwa media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang digunakan oleh kelompok yang dibentuk atas dasar teknologi serta ideologi yang memungkinkan terjadinya user-generated content. Serta menurut (Nasrullah, 2015:13) karakteristik media sosial dapat dijabarkan menjadi 7 yaitu :

- Jaringan (*network*) : Media sosial terbangun dari struktur sosial yang

terbentuk di dalam jaringan atau internet.

- Informasi (*information*) : Informasi menjadi entitas yang penting karena pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, mereproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi
- Arsip (*archive*) : Arsip menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apaun. Setiap informasi yang di unggah tidak akan hilang begitu saja pada pergantian hari.
- Interaksi (*interactivity*) : Utamanya, karakter dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna, selain memperluas pertemanan tapi perlu dibangun dengan adanya interaksi antar pengguna.
- Simulasi Sosial (*simulation of society*) : Media sosial memiliki karakter yaitu sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) dalam dunia virtual. dapat diibaratkan sebagai negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.
- Konten oleh pengguna (*user-generated content*) : Media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
- Penyebaran (*sharing*) : Penyebaran merupakan karakter lainnya dimana tidak hanya menghasilkan konten yang dibuat dan dikonsumsi oleh penggunanya, tapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan.

4. Pengertian Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan wadah atau cara penyampaian pesan yang

dilakukan oleh manusia atau kepada manusia lainnya atau penyampaian pesan dari individu terhadap kelompok begitupun sebaliknya. Serta menurut (Badusah,2000) Media komunikasi adalah perantara yang digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain menggunakan berbagai media seperti gambar, berita atau lainnya untuk menyampaikan pesan atau pandangan. Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media komunikasi adalah sarana atau perantara atau perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pihak pembawa pesan terhadap penerima pesan. Disisi lain banyak sekali kegunaan dari media komunikasi salah satunya adalah alat bantu menyampaikan pesan, sebagai sarana informasi yang didapatkan,efisien dengan adanya media komunikasi proses komunikasi bisa berjalan dengan cepat dan efisien. Menurut McNair dalam (Kamaruddin hasan, 2015) media komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut :

- Edukasi dan pemberi informasi. Menyampaikan fakta-fakta yang ada kepada penerima informasi. Media juga berfungsi untuk menyampaikan norma, aturan, dan nilai kepada pengguna media.
- Corong Opini. Masyarakat luas dapat menggunakan media komunikasi sebagai wadah untuk menyampaikan opini atau pendapat.
- Pengawas Kebijakan. Media komunikasi menjadi sarana untuk mempublikasikan apa saja yang kebijakan dan praktek dari kebijakan yang diambil oleh sebuah lembaga pemerintahan.
- Pemantauan. Media komunikasi juga berfungsi untuk memantau apa saja yang terjadi. Misalnya saja masyarakat dapat mengetahui

informasi publik, bencana alam dan lain sebagainya.

5. Instagram

Menurut Valliant (2020) “*Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital dengan berbagai fitur fitur kecanggihannya. *Instagram* adalah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita dapat follow akun *Instagram* kita. Semakin populernya *Instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke *bisnis online* turut mempromosikan produk-produk mereka lewat *Instagram*. Meskipun *Instagram* disebut sebagai layanan photo sharing, *instagram* juga merupakan jejaring sosial, karena di *Instagram* penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya. Beberapa fitur yang dapat didapatkan di Instagram, yaitu:

a. *Follow/Followers*

Follow/Followers merupakan fitur berteman dalam *instagram*, dengan fitur ini pengguna dapat merasakan kemeriahan dalam berteman di media ini. Dengan fitur ini juga pengguna tidak merasakan kesepian lagi, karena fitur ini dapat memberikan pengguna untuk berteman dengan tidak hanya orang-orang yang dikenal, tetapi dapat juga berteman dengan orang-orang yang belum dikenal bahkan pengguna *Instagram* juga dapat berteman dengan orang-orang yang berbeda. Negara sekalipun. Pengikut juga menjadi salah satu unsur penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

b. *Upload*

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat orang-orang bebas berekspresi dengan mengunggah dan berbagi foto-foto maupun video kepada pengguna lainnya. Foto ataupun video yang hendak pengguna unggah dapat diperoleh melalui kamera *smartphone* sendiri ataupun foto-foto ataupun

video yang ada di dalam album dari *smartphone* sendiri.

c. Efek Foto

Pada versi lawasnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari; *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apolo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977*, dan *Lord Kelvin*. Namun di versi erbarunya *Instagram* menambahkan 4 efek baru yaitu; *Valencia, Amaro, Rise, Hudson* dan telah menghapus 3 efek, *Apollo, Poprocket* dan *Gotham* dari fitur tersebut.

d. *Caption*

Setelah foto disunting, maka foto akan dibawa kehalaman selanjutnya, dimana foto akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke media sosial lainnya. Dimana dalam fitur ini pemillik akun Instagram dapat menulis caption- nya sendiri, dan dalam fitur ini banyak pemilik usaha menjelaskan detail, harga serta keunggulan atau bahan dari produk mereka dicaption sebuah unggahan.

e. *Like*

Like adalah fitur instagram yang digunakan bila pengguna menyukai sesuatu dari postingan baik foto maupun video yang dibagikan teman dan ada di beranda maupun yang ada di *explore instagram* mereka. Semakin banyak yang menyukai sebuah postingan maka postingan tersebut akan masuk ke dalam *explore Instagram* orang lain.

f. *Popular (Explore)*

Bila sebuah unggahan berupa video atau foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan unggahan dari seluruh dunia pada saat itu, secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga dapat memungkinkan menambah jumlah pengikut.

g. Komentar

Sama seperti like, komentar yang merupakan bagian dari interaksi yang lebih hidup dan bersifat personal. Karena melalui komentar, pengguna

dapat mengungkapkan pikirannya melalui kata-kata tentang sebuah postingan. Pengguna bebas memberikan komentar apapun atau saran atau pujian bahkan kritikan terhadap postingan, baik itu foto maupun video.

h. *Mention*

Fitur yang berfungsi untuk memanggil pengguna lain dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama pengguna seseorang yang akan dimention atau dipanggil.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ialah referensi dan perbandingan penelitian ini. Kesimpulan dari hasil penelitian terdahulu yang dipaparkan bisa memberikan gambaran pada teori terdahulu. Berikut penelitian terdahulu berdasarkan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi layanan Publik.

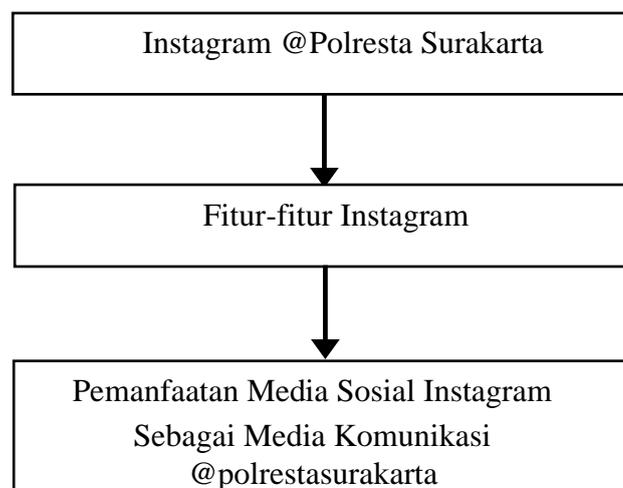
1. Penelitian yang dilakukan oleh Sihalo, P. N. (2022) dengan judul penelitian berupa “Pemanfaatan Media Instagram Oleh Pusat Layanan Informasi Kegiatan Kepolisian Daerah (Polresta) Bogor.”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media Instagram oleh pusat layanan informasi kegiatan Kepolisian daerah Polresta Bogor Kota sudah mengalami kenaikan yang baik daripada tahun-tahun sebelumnya. Media sosial Instagram yang digunakan oleh Polresta Bogor Kota sebagai media informasi masih ada beberapa hal yang harus ditingkatkan dan diperhatikan seperti dari segi kualitas, tampilan, design, serta menanggapi segala respon dari masyarakat agar dapat menarik hati dan minat masyarakat, serta dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh Humas Polresta Bogor Kota.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, Riyanto dan Sarung, (2024) dengan judul penelitian berupa “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen. Hasil penelitian ini yakni Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi publik pada Diskominfo Kabupaten Sragen informatif, sudah efektif secara structural, namun masih kurang efektif dalam pengoperasian Instagram. Proses evaluasi dan perbaikan diperlukan supaya

masyarakat dapat terus mendapat informasi terbaru dan lengkap tentang Kabupaten Sragen

3. Penelitian yang dilakukan oleh Khofi, Z. L. (2023). dengan judul penelitian berupa “Strategi Humas Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Humas Polda Metro Jaya dalam memanfaatkan media sosial Instagram meningkatkan citra adalah 1) Melalui *Fact Finding* Humas mencari permasalahan mengenai citra Polri mengalami penurunan 2) *Planning*, merumuskan apa tujuan yang dicapai oleh praktisi Humas 3) *Taking Action and Communicating*, Humas Polda Metro Jaya telah melakukan strategi komunikasi di tahap perencanaan dan melakukan pembuatan konten 4) *Evaluations* atau evaluasi monitoring secara rutin setiap minggu dan bulan untuk memperbaiki kesalahan maupun meningkatkan tujuan program jika sudah sesuai.

Alur Berfikir

Bagan 1.
Bagan Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Polresta Surakarta Sebagai Media Komunikasi Dalam memberikan informasi



Memasuki zaman yang serba digital menuntut pelayanan publik juga harus mengikuti perkembangannya. penyampaian informasi sudah tidak relevan lagi hanya dilakukan secara offline saja, sudah harus juga melibatkan *share information by online*. Salah satunya melalui media sosial instagram yang merupakan paling banyak pengguna di indonesia terutama di Kota Surakarta. menyikapi perkembangan zaman dan kolaborasi gaya komunikasi modern menggunakan media sosial, Humas Polresta Surakarta menangkap sinyal ini dengan kemudian memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada instagram akun @Polresta Surakarta sebagai media komunikasi ke masyarakat dalam rangka memberikan layanan informasi dan komunikasi seputar kepolisian contoh seperti operasi razia candi, peringatan bertindak yang merugikan diri dan orang lain serta himbaun anti kriminalitas antara lain seperti sosialisasi pengamanan sepakbola, razia kendaraan bermotor guna mengurangi angka motor tanpa identitas (bodong) di surakarta. Dengan banyaknya masyarakat yang memanfaatkan akun instagram akun @Polresta Surakarta menjadikan salah satu upaya Humas Polresta Surakarta untuk terus memberikan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat dengan cara memberikan informasi melalui akun instagram @Polresta Surakarta.

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan gambaran di atas mengkonfirmasi bahwa Polresta Surakarta yang dalam publikasi di bawah tanggung jawab kehumasan menyampaikan bahwa salah satu media sosial instagram. Dimana Humas harus berperan aktif dalam penyampaian pesan dimana mereka dituntut aktif dalam artian mereka menjadi orang pertama atau sumber yang membuat berita dan mengemas berita sebaik mungkin untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Dalam pengolahan pesan humas mencoba membuat berita informasi dengan sebaik mungkin dimana mereka mengemas informasi dengan beberapa varian anatara lain bisa berupa vidio(*reals*) atau hanya berupa foto saja.



Untuk gambar yang kedua adalah *reals* sosialisasi operasi patuh candi dimana itu adalah tindakan yang di lakukan oleh polresta untuk menindak pengendara yang melanggar aturan di jalan raya di video(*reals*) tersebut juga diperlihatkan beberapa pelanggaran yang di lakukan oleh pengendara antara lain adanya kenalpot brong atau tidak sesuai bawaan sepeda tersebut ada juga ada yang tidak memakai spion. Meskipun dijamin sekarang telah dilakukannya tilang online tindakan penilangan langsung juga masih dilakukan



Dua gambar diatas adalah contoh pemanfaatan media sosial instagram sebagai media komunikasi dimana kolom komentar yang dibuka oleh polresta surakarta di manfaatkan oleh beberapa masyarakat bertanya dan memberikan apresiasi kepada polresta. Dan dari kedua gambar di atas diambil pada postingan gambar call center sparta, Dari pihak humas polresta surakarta juga selaku pemegang kuasa akun instagram tersebut juga memberikan respon kepada beberapa komentar masyarakat tersebut dimana mereka tidak tutup mata tentang begitu banyak antusias masyarakat yang memberikan respon terhadap postingan mereka. Dimana respon tersebut bukan hanya sebatas komentar saja ada juga masyarakat yang memberikan komentar berupa ucapan terimakasih dalam mengapresiasi kinerja akun instagram polresta surakarta dalam usahanya menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat.



Gambar di atas juga di ambil pada postingan foto call center sparta, Tidak hanya komentar positif saja ada juga masyarakat yang merasa aman dimana dengan adanya pihak kepolisian yang melakukan pengamanan di area surakarta juga meyampaikan ucapan terima kasih di kolom komentar tersebut. Di sisi lain peneliti juga melakukan wawancara secara langsung kepada dua masyarakat yang mengikuti akun instagram @PolrestaSurakarta, Hengky Setiawan dimana Hengky merasa terbantu karena tangapnya akun instagram polresta surakarta dalam menindak lanjuti laporan atau keluhan masyarakat terhadap aksi kriminal di area surakarta. Yang kedua ad

a mas Roby Darwono dimana dia ini juga mengapresiasi kinerja humas polresta surakarta karena cepatnya menyampaikan informasi yang sedang hangat di area surakarta Roby juga sempat memberikan komentar apresiasi terhadap beberapa postingan di akun tersebut karena dari video yang di tayangkan serta *caption* yang diberikan begitu detail. Melihat tanggapan masyarakat tentang kinerja Polresta Surakarta dapat dikatakan respon yang di berikan di setiap aduan sangat *fast respon* sebagai contoh diatas. Dan jika melihat dari respon masyarakat di atas penggunaan media sosial *instagram* di Polresta Surakarta sangat efektif dimana fitur-fitur yang di manfaatkan oleh Polresta surakarta di *instagram* berfungsi dengan baik dan benar.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Surakarta dalam rangka memberikan layanan informasi dan komunikasi melalui akun instagram @PolrestaSurakarta sejalan dengan penerapan teori *new media*. Dimana instagram merupakan aplikasi baru yang masuk kedalam kategori new media yang dapat mencakup kapasitas luas, fleksibel dan terbuka kepada masyarakat. Serta pemanfaatan fitur-fitur yang ada di *instagram* sudah dilakukan dengan baik oleh pemegang akun Polresta Surakarta.

Di penelitian ini juga ikut serta membedah instagram dengan menjabarkan fitur-fitur instagram yang dapat dikatakan aplikasi penyampai informasi dan komunikasi antara lain melalui reels, postingan feeds, penjelasan melalui *caption* serta terjadinya komunikasi yang dilakukan di kolom komentar di setiap beberapa postingan. Peneliti juga mengambil kesimpulan melalui wawancara terhadap beberapa masyarakat tentang kinerja humas sebagai pengelola akun instagram @PolrestaSurakarta dimana kinerja divisi humas sudah cukup baik dalam melakukan penyampaian informasi kepada masyarakat dan menjawab beberapa pertanyaan masyarakat melalui media sosial instagram. Serta banyak juga followers yang merasa terbantu dengan adanya informasi yang di upload di akun instagram tersebut yang tidak perlu memakan waktu yang lama dalam mencari tau tentang informasi tersebut.

Dan dalam penelitian ini jua peneliti dapat mengambil garis besar tentang penelitian ini dimana penelitian ini dapat melihat betapa pentingnya pemahaman tentang media sosial dimana media sosial dapat memberi kita informasi tanpa kita harus pergi langsung ke lokasi tersebut dan peneliti melihat instagram adalah aplikasi yang sangat mudah diakses, sangat mudah digunakan dan sangat efisien.dari beberapa fitur yang bisa dikatakan perfect.

SARAN

Setelah mengetahui kesimpulan penelitian, peneliti menemukan kekurangan dari pemanfaatan media sosial instagram sebagai media informasi dan komunikasi pada akun @PolrestaSurakarta yakni masih ada beberapa fitur instagram yang belum digunakan secara maksimal oleh polresta surakarta seperti IG Live diimana fitur ini bisa digunakan saat terjadi price reales sehingga masyarakat dapat melihat secara langsung tindakan tersebut.yang kedua adalah kurang aktifnya polresta surakarta dalam menggunakan fitur Story diimana fitur ini bisa digunakan untuk mengupdate secara langsung kegiatan-kegiatan yang sedang dilaksanakan tanpa harus menunggu akun instagram mengupload postingan vidio atau gambar kegiatan. Dan yang terakhir melihat kurang aktifnya juga kolom komentar dimana banyak sekali masyarakat yang bertanya di kolom komentar tetapi hanya beberapa pertanyaan yang dijawab oleh akun tersebut. Jika ketiga masukan itu dikoreksi oleh akun @PolrestaSurakarta layanan informasi dan komunikasi bisa lebih maksimal dan memuaskan harapan masyarakat kota Surakarta. Serta saran untuk anggota yang mengelola akun polresta surakarta untuk lebih banyak di tambah dimana banayak pertanyaan masyarakat yang ada di kolom *comment* yang tidak terjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto,(2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badusah, dkk. 2000. *Pengertian Media Komunikasi*
- Damayanti, S., Riyanto, B., & Sarungu, L. M. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen. *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(1).
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.
- Hubeis, Musa, dkk. (2017). "Komunikasi Profesional"; Perangkat Pengembangan Diri.
- Hasan, Kamaruddin 2015, *Kajian Komunikasi Politik Pemerintahan Aceh Pasca Mou Helsinki*, Jurnal Suwa 2015
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Kaplan, A dan Haenlien, M. 2010. *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" Business Horizons* 53. Hlm: 59-68.
- Karniawati, N., & Meldi, A. (2023). Media Sosial Sebagai Alat Pendukung Komunikasi Politik. 2(1).
- Khairunnisa, S. P., & Triwardhani, I. J. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat sebagai Media Edukasi dan Informasi bagi Masyarakat. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 2, No. 1, pp. 427-431).
- Khofi, Z. L. (2023). Strategi Humas Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media social Perspektif Komunikasi*. Budaya dan Sosioteknologi. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media. Punaji, Setyosari. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta Kencana
- Purnama, T. T. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Bandung (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Sihaloho, P. N. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Oleh Pusat Layanan Informasi Kegiatan Kepolisian Daerah (Polresta) Bogor (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wawancara Sdr. Hengky Setiawan
- Wawancara Sdr. Roby Darwono
- Wawancara Iptu Kartini