

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kepolisian sebagai salah satu lembaga penegak hukum memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga ketertiban dan keamanan masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, Polres Metro Jakarta Pusat sebagai salah satu instansi kepolisian di ibu kota Indonesia harus memastikan bahwa citra mereka di mata masyarakat adalah positif. Citra positif ini tidak hanya penting untuk memenangkan kepercayaan masyarakat, tetapi juga untuk mendukung kerja keras polisi dalam menjalankan tugas-tugas mereka dengan efektif. Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat berpengaruh dalam membentuk citra sebuah instansi, termasuk kepolisian.

Salah satu *platform* media sosial yang semakin populer dalam komunikasi instansi pemerintahan dan kepolisian adalah Instagram. Instagram memungkinkan Polres Metro Jakarta Pusat untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, menyampaikan informasi, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan warga Jakarta Pusat. Namun, untuk mencapai citra positif yang diinginkan melalui Instagram, Polres Metro Jakarta Pusat harus memiliki strategi komunikasi yang matang.

Tahapan strategi komunikasi adalah kunci dalam memastikan keberhasilan upaya komunikasi melalui media sosial seperti Instagram. Tahapan ini mencakup perumusan tujuan komunikasi yang jelas, identifikasi target khalayak, pemilihan pesan yang sesuai, pemilihan saluran yang efektif, serta evaluasi hasil komunikasi. Penting untuk memahami bagaimana Polres Metro Jakarta Pusat menerapkan tahapan strategi komunikasi ini dalam pengelolaan akun Instagram @polresmetrojakartapusat mereka.

Melalui penelitian ini, akan dikaji sejauh mana pelaksanaan strategi komunikasi Humas Polres Metro Jakarta Pusat dalam menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun citra positif instansi kepolisian. Penelitian ini juga akan mengevaluasi dampak dari implementasi strategi komunikasi tersebut terhadap persepsi masyarakat terhadap Polres Metro Jakarta Pusat. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana tahapan strategi komunikasi digunakan dalam konteks ini, dapat diidentifikasi potensi perbaikan dan rekomendasi untuk meningkatkan upaya komunikasi yang lebih efektif dalam membangun citra positif Polres Metro Jakarta Pusat melalui Instagram.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep strategi komunikasi Hafied Cangara. Dalam konsep tersebut, terdapat 5 (lima) tahapan strategi komunikasi, yaitu penelitian, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi strategi, dan pelaporan.

Strategi komunikasi merupakan gabungan terbaik dari semua elemen komunikasi, termasuk komunikator, medium, pesan, komunikan, dan efek yang diharapkan, yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Pemilihan strategi adalah langkah yang sangat penting dalam perencanaan komunikasi, karena kesalahan dalam pemilihan strategi dapat memiliki konsekuensi fatal, termasuk kerugian dalam hal waktu, sumber daya, dan tenaga. Oleh karena itu,

para perencana harus berhati-hati dan cermat dalam menyusun strategi komunikasi, karena strategi ini juga dianggap sebagai informasi yang harus dijaga kerahasiaannya (Cangara, 2013: 61).

Hubungan masyarakat (humas) atau *public relations* merupakan bidang atau fungsi manajemen yang diperlukan di setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun non-komersial. Bidang humas dibutuhkan karena fungsinya sebagai penghubung antara organisasi dengan publiknya. Sebagai komunikator organisasi, humas juga memiliki fungsi atau tugas untuk membangun dan mempertahankan citra positif dari organisasi atau institusi.

Citra positif tentunya sangat diperlukan oleh berbagai organisasi, perusahaan, ataupun institusi, termasuk lembaga Kepolisian Republik Indonesia yang belakangan citranya memburuk, tercoreng oleh berbagai kejadian. Pembunuhan Brigadir Joshua yang diduga dilakukan oleh atasannya sendiri, mantan Kadiv Propam, Irjen Pol. Ferdy Sambo, menjadi salah satu kasus yang mencoreng wajah Kepolisian Republik Indonesia (Waspada.co.id, 2022). Tidak hanya itu, kasus-kasus lain juga memberi dampak negatif, seperti tragedi Kanjuruhan yang menewaskan 132 orang di Stadion Kanjuruhan, Malang (CNN Indonesia, 2022), serta keterlibatan perwira polisi dalam kasus narkoba di Karawang yang seharusnya diberantas (Kompas.com, 2022).

Berbagai kasus tersebut menjadi carut marut pada wajah Kepolisian Republik Indonesia yang seharusnya bertugas melindungi dan mengayomi masyarakat. Kasus-kasus yang belakangan banyak terjadi membuat citra polisi memburuk yang disertai melemahnya kepercayaan masyarakat kepada lembaga Kepolisian Republik Indonesia. Lembaga Survei Indikator Politik Indonesia merilis hasil survei persepsi publik terhadap kasus eks Kadiv Propam Polri Irjen Ferdy Sambo. Hasilnya kepercayaan publik terhadap Polri anjlok (KabarJakarta.com, 2022).

Citra yang memburuk tentunya tidak dapat dibiarkan. Dibutuhkan upaya agar citra yang sudah terlanjur memburuk dapat kembali positif agar kepercayaan masyarakat yang hilang dapat kembali tumbuh. Sesuai tugas dan fungsinya, humas menjadi ujung tombak dalam upaya membangun citra yang positif. Divisi Humas Kepolisian menjadi bagian yang bertanggung jawab dalam mengembalikan kepercayaan masyarakat luas.

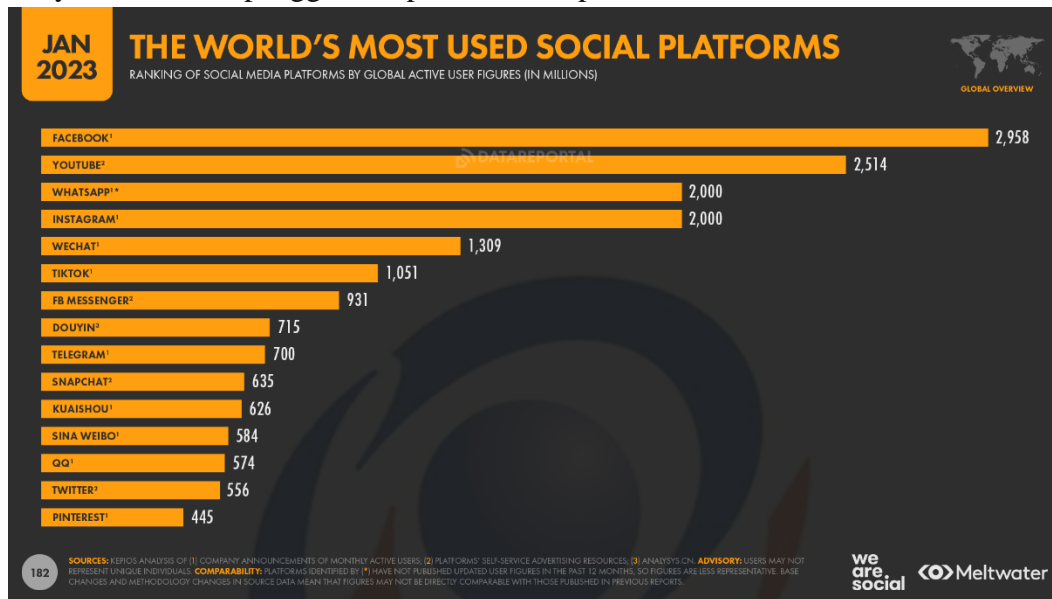
Upaya mengembalikan citra positif lembaga sekaligus mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat harus dibangun secara konsisten oleh lembaga kepolisian di berbagai tingkat, mulai dari tingkat pusat hingga daerah, mulai dari tingkat 1 (Polda), tingkat 2 (Polres), hingga tingkat kecamatan (Polsek). Divisi humas pada lembaga kepolisian di setiap tingkat memiliki tugas dan dapat berperan dalam mengembalikan citra positif lembaga yang belakangan cenderung memburuk.

Upaya penciptaan kembali citra positif lembaga juga dilakukan Divisi Humas pada Polres Metro Jakarta Pusat. Divisi humas pada lembaga kepolisian yang berada di wilayah administratif DKI Jakarta ini sudah aktif menjalankan fungsi dan perannya sebagai penghubung antara lembaga dengan publiknya. Sebagai media untuk menyebarkan informasi, humas Polres Metro Jakarta Pusat menggunakan tidak hanya media konvensional, namun juga media digital.

Media sosial Instagram menjadi media sosial yang sering digunakan oleh bagian humas Polres Metro Jakarta Pusat. Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi serta pesan

bahwa pada dasarnya polisi adalah pelayan bagi masyarakat (*public service*) sehingga harus menjadi pengayom dan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

Menurut data statistik dari We Are Social (2023) yang diperoleh Januari 2023, Instagram menduduki peringkat 4 (empat) untuk pengguna aktif terbanyak di dunia. Salah satu aplikasi media sosial yang marak digunakan berbagai kalangan ini juga selalu berinovasi untuk dapat menunjang penggunaanya, baik untuk penggunaan personal maupun bisnis.



Gambar 1.1. Peringkat Pengguna Instagram  
Sumber: We Are Social (2023)

Di era digital seperti saat ini, banyak organisasi atau Perusahaan membangun citra mereka melalui Instagram. Terdapat banyak fasilitas Instagram yang membuatnya memiliki kelebihan sebagai media pembangun citra dibanding *platform* media sosial lainnya. Fitur tersebut antara lain Instagram Ads, Instagram Organik, dan Marketplace Instagram. Selain itu, Instagram merupakan *platform* yang dapat menampilkan video, foto, dan teks sekaligus.

Instagram pun dikenal sebagai media sosial yang aktif meng-*upgrade* fitur-fitur yang ada di dalamnya sehingga menunjang penggunaanya untuk dapat lebih berkreasi saat menggunakan aplikasi media sosial Instagram. Kini, bukan hanya akun perusahaan yang dapat memiliki fitur promosi Instagram. Akun personal Instagram pun juga dapat melakukan promosi dengan berpartisipasi dalam promosi melalui akun Instagram pribadinya. Hal ini dilakukan dengan berbagi foto, melalui fitur Instagram Story, Instagram Post, dan fitur terbarunya yaitu Instagram Reels.

Melalui Instagram, Polres Metro Jakarta Pusat tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga sangat aktif berinteraksi dengan *follower* atau pengikutnya. Interaksi yang dilakukan yaitu dengan memberikan *feedback* terhadap komentar yang masuk. Tentunya, hal tersebut dapat menjadi salah satu hal yang menarik bagi para pengikut dari Instagram Polres Metro Jakarta Pusat sendiri.

Dengan aktif berinteraksi melalui Instagram, memungkinkan untuk membentuk citra bagi pengikut Instagram Polres Metro Jakarta Pusat, terutama di kalangan milenial. Seringnya

melibatkan pengikut (*follower*) untuk berinteraksi secara daring melalui Instagram merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh Polres Metro Jakarta Pusat untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada khalayak sehingga nantinya akan menciptakan citra. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi humas Polres Metro Jakarta Pusat dalam membangun citra positif instansi kepolisian melalui Instagram @polresmetrojakartapusat.

Antusiasme yang tinggi dari banyaknya pengguna Instagram membuat berbagai pengguna menjadikan Instagram sebagai alat untuk membangun citra. Mulai dari masyarakat biasa hingga seniman menggunakan media massa untuk berbagai tujuan, seperti meningkatkan reputasi, membuat sensasi untuk menjaga namanya tetap populer di masyarakat, ataupun menggunakan media sosial sebagai media promosi untuk tujuan bisnis dan lain-lain (Pattipeilohy & Tousalwa, 2019: 195).

Citra merupakan gambaran yang muncul pada pikiran setiap orang tentang sesuatu hal yang dilihat atau didengarnya. Citra, aktif dikembangkan oleh Polres Metro Jakarta Pusat. Melalui media sosial Instagram, Polres Metro Jakarta Pusat menginginkan citra yang positif dikenali ke khalayak secara luas. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada postingan Instagram dalam merepresentasikan Polres Metro Jakarta Pusat.

Media sosial Instagram menjadi media sosial yang paling aktif digunakan oleh Polres Metro Jakarta Pusat. Total unggahan pesan (postingan) pada akun Instagram @polresmetrojakartapusat per tanggal 27 Juni 2023 pukul 16.00 WIB sudah mencapai 9.188 postingan / unggahan dan 17,6 ribu pengikut (*follower*) sejak ada di Instagram. Ini berarti sekitar 3 hingga 4 unggahan per hari ([instagram.com/polresmetrojakartapusat](https://www.instagram.com/polresmetrojakartapusat)).

Penggunaan media sosial sebagai media penyampaian informasi merupakan bentuk penerapan dari Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Aturan perundang-undangan tersebut menyatakan bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosial serta merupakan ketahanan sosial. Undang-undang tersebut juga menyatakan bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik yang merupakan salah satu dari ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan rasa cinta untuk negara yang lebih baik.

## 1.2. Rumusan Masalah

Upaya mengembalikan citra positif lembaga sekaligus mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat harus dibangun secara konsisten oleh lembaga kepolisian di berbagai tingkat, mulai dari tingkat pusat hingga daerah, mulai dari tingkat 1 (Polda), tingkat 2 (Polres), hingga tingkat kecamatan (Polsek). Divisi humas pada lembaga kepolisian di setiap tingkat memiliki tugas dan dapat berperan dalam mengembalikan citra positif lembaga yang belakangan cenderung memburuk.

Upaya penciptaan kembali citra positif lembaga juga dilakukan Divisi Humas pada Polres Metro Jakarta Pusat. Divisi humas pada lembaga kepolisian yang berada di wilayah administratif DKI Jakarta ini sudah aktif menjalankan fungsi dan perannya sebagai penghubung antara lembaga

dengan publiknya. Sebagai media untuk menyebarkan informasi, humas Polres Metro Jakarta Pusat menggunakan tidak hanya media konvensional, namun juga media digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi humas Polres Metro Jakarta Pusat dalam membangun citra positif instansi kepolisian melalui Instagram @polresmetrojakartapusat?”.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi humas Polres Metro Jakarta Pusat dalam membangun citra positif instansi kepolisian melalui Instagram @polresmetrojakartapusat.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Terkait dengan tema penelitian, manfaat penelitian ini dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis yang umumnya diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi.

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak baik bagi citra kepolisian terkait masalah buruknya citra kepolisian yang sedang terjadi saat ini.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan dan masukan kepada seluruh instansi kepolisian dalam meningkatkan citra kepolisian dan menjadi perumusan strategi humas melalui media sosial.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan tugas akhir skripsi ini, penulis mengelompokkannya menjadi beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi ini.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan tinjauan pustaka dalam penyusunan skripsi yang membahas tentang definisi dan penjelasan yang berkaitan dengan penelitian.

#### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang kerangka analisis sistem penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penyajian analisis deskriptif.

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang berisi pemaparan mengenai konsep-konsep yang diteliti..

#### **BAB V. PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

#### **BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya.

