

PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM POLRES TULUNGAGUNG SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA POSITIF LEMBAGA

Maulana Ibrohim Ardiansyah Haryoko¹, Sofia Ningsih Rahayu Putri², Rahmat Wisudawanto³

^{1,2,3} Universitas Sahid Surakarta
Email : maulanaharyoko025@gmail.com

ABSTRAK

Humas memiliki peran dan fungsi yang penting dalam pengembangan atau kemajuan lembaga peran tersebut menuntut untuk membangun hubungan baik dengan publik pada saat ini perkembangan zaman saat ini sangat pesat khususnya pada era digital maka dari itu Humas diharuskan untuk dapat beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi dapat menjadikan Humas dengan mudah untuk melakukan perannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media Instagram Humas Polres Tulungagung dalam membangun citra positif lembaga penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. sumber penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung ke lapangan dan melakukan wawancara dengan Humas Polres Tulungagung serta pengikut akun Instagram Polres Tulungagung hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh Humas Polres Tulungagung dapat membangun citra positif lembaga di kalangan masyarakat.

Kata Kunci : Pengelolaan, media instgaram, Polres Tulungagung,

ABSTRACT

Public Relations has an important role and function in the institution's development. This role demands building good relations with the public. The rapid growth of the digital era makes public relations must adapt to utilizing technology. It makes public relations easy to carry out its role. The study aims to determine the management of Tulungagung Police's public relations Instagram media in building a positive image of the institution. This study used the descriptive qualitative method. This research was conducted by direct observation and interviews with Tulungagung Police publicrelations and followers of the Tulungagung Police Instagram. The results indicate that the management of Instagram by the Tulungagung Police public relations can build a positive image of the institution in society.

Keywor ds: Management, Instagram Media, Tulungagung Police.

PENDAHULUAN

Komunikasi Humas menjadi salah satu pusat informasi dalam menyampaikan dan menanggapi suatu isu ke publik. Keberadaan Humas dalam setiap institusi menunjukkan peran yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari keberadaan Humas yang merupakan wajah sekaligus ujung tombak dari sebuah intitusi dimana kegiatan atau usaha dilakukan. Seperti yang telah di urai sebelumnya bahwa Humas merupakan wajah dari sebuah intitusi maka Humas memiliki tugas yang penting dalam menyampaikan informasi mengenai institusi kepada khalayak. Humas juga dituntut untuk memahami secara detail seluk-beluk dan segala informasi yang terkait dengan intitusi. Kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena Humas merupakan salah satu yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif (Anggoro, 2005:12).

Dalam konteks lain Humas juga berperan membangun dan mempertahankan reputasi,citra dan komunikasi sosial yang positif antara institusi dan khalayak luas. Selain itu, Humas atau *public relations* akan selalu bergerak dinamis seiring perubahan di tengah khalayak. Perubahan yang terjadi baik dalam skala kecil maupun skala besar harus menjadi perhatian seluruh praktisi Humas agar peran Humas dapat terlaksana sesuai

dengan konsep. Selanjutnya, praktisi Humas juga harus memiliki dan memperhatikan beberapa indikator untuk menjalankan perannya supaya tercapai dengan baik seperti: membuat kebijakan komunikasi dan mendiagnosa masalah-masalah. Dengan kata lain, praktisi Humas harus menjadi *solving facilitator*, merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan apabila terdapat sebuah isu yang beredar di khalayak, bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan, dan menumbuhkan rasa kepercayaan baik dari pihak eksternal maupun internal sehingga keberhasilan peran Humas juga dapat mempresentasikan kesuksesan sebuah perusahaan tersebut (Mauliqa, 2021). Oleh karena itu, peran Humas di sebuah institusi sangat signifikan karena Humas merupakan jembatan komunikasi bagi sebuah institusi dengan khalayak untuk menyebarkan atau menginformasikan kepada pihak-pihak tertentu agar dapat memberikan informasi maupun klarifikasi dari sebuah institusi. Akan tetapi, Humas sendiri bukan hanya sekedar memberikan informasi atau mempertahankan citra positif, lebih dari itu Humas berperan krusial bagi sebuah institusi. Hal ini dikarenakan Humas berperan sebagai *communication facilitator*. Ruslan (2012: 22) menjelaskan bahwa peran ini menempatkan praktisi Humas sebagai seorang pendengar yang baik dan penyedia informasi. Peran ini juga mencoba memelihara komunikasi dua arah dan memfasilitasi pertukaran informasi dengan menciptakan dan memelihara saluran-saluran media komunikasi yang diperlukan. Selain itu, peran ini juga didasarkan asumsi bahwa komunikasi dua arah yang efektif akan meningkatkan kualitas keputusan institusi dan khalayak mengenai kebijakan, prosedur, tindakan dan hubungan yang saling menguntungkan.

Adapun beberapa indikator agar peran *communication facilitator* berjalan dengan baik yaitu, menjaga agar pihak eksternal selalu mendapat informasi terbaru seputar institusi, melaporkan kepada pihak internal mengenai kritik dan saran yang diberikan oleh pihak eksternal yang kemudian dilakukan audit komunikasi, dan selalu aktif dalam kegiatan-kegiatan sosial. Dengan demikian, peran Humas dalam sebuah institusi tidak dapat dikesampingkan mengingat Humas memiliki peran yang besar dalam menciptakan citra baik di sebuah institusi. Selain peran yang signifikan, ternyata Humas juga mempunyai fungsi yang krusial dalam menjalankan tugasnya. Praktisi Humas dituntut untuk melakukan fungsi Humas secara kompleks dan efektif, dengan cara memahami sikap dan nilai yang berbeda di sekelilingnya. Pada fungsi manajemen, praktisi Humas harus memiliki perencanaan yang mampu memikirkan, menganalisis dan menafsirkan segala keadaan mengenai opini masyarakat dan isu yang sedang berkembang di khalayak. Selain itu, Watson dan Noble (2005:05) mengemukakan bahwa fungsi lain dari manajemen adalah suatu tindakan yang disengaja dan direncanakan yang memiliki hasil. Bagi negara yang menganut sistem demokrasi seperti Indonesia peran Humas menjadi aspek yang “wajib” ada, karena ciri pemerintah yang demokratis adalah Keterbukaan Informasi yang akurat serta keterlibatan masyarakatnya dalam pengambilan keputusan pemerintah.

Menurut Permendagri No.13 Tahun 2011 tugas Humas sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kebijakan, program dan kegiatan pemerintah, mengelola informasi yang akan dikomunikasikan kepada masyarakat secara cepat, tepat, akurat, proporsional dan menarik , selaras dengan dinamika masyarakat.
- b. Menyampaikan informasi kebijakan, program dan kegiatan pemerintah secara lengkap, utuh, tepat dan benar kepada masyarakat.
- c. Memberikan pemahaman kesamaan visi, misi dan persepsi antara masyarakat dan pemerintah.

- d. Menampung aspirasi publik sebagai masukan dalam mengevaluasi kebijakan, program dan kegiatan pemerintah.
- e. Manajemen hubungan masyarakat
- f. Hubungan kerja dan koordinasi antar lembaga.
- g. Pengembangan analisa media dan informasi
- h. Tatakelola infrastruktur keHumasan
- i. Pelayanan dan penyebarluasan informasi dan dokumentasi

Menurut Cutlip, Center, Broom (2006:465) peran praktik Humas Pemerintah lebih besar dibandingkan dengan Praktik PR lain dikarenakan adanya peran advokasi publik yang dimainkan oleh Humas untuk membuat suatu kebijakan. Artinya Humas Pemerintah melakukan komunikasi dua arah secara terus menerus antara pemerintah dengan rakyatnya untuk menciptakan mufakat demi kepentingan bersama. Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) adalah instansi pemerintahan, yang bertanggung jawab langsung di bawah Presiden. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 2 tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Kepolisian adalah segala hal yang berkaitan dengan fungsi dan lembaga. Kepolisian adalah salah satu instansi pemerintahan negara yang berada di bidang pemeliharaan keamanan, ketertiban masyarakat, penegakan hukum, pelindung, pengayom dan pelayan kepada masyarakat, sedangkan lembaga Kepolisian adalah organ pemerintah yang ditetapkan sebagai suatu lembaga yang diberikan kewenangan menjalankan fungsinya berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Fungsi polisi sebagai instansi pemerintah agar memiliki citra positif di kalangan masyarakat. Pada dasarnya bagi sebuah lembaga instansi pemerintahan citra merupakan tujuan utama yang hendak dicapai, kepolisian salah satunya. Polisi memiliki tugas yang langsung berkaitan dengan mengayomi, melindungi, pelayanan serta membentuk citra positif di masyarakat. Dalam membangun citra positif kepolisian dibutuhkan praktisi Humas agar citra yang dibentuk dapat berjalan dengan lancar. Dalam membangun citra kepolisian, Humas sebagai pihak yang menyampaikan sebuah informasi, penggunaan media sosial adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam menciptakan keamanan serta ketertiban masyarakat. Penggunaan media sosial dapat membantu mengenalkan program-program kegiatan Polres dimasa sekarang.

Humas Polres Kabupaten Tulungagung sebagai badan penerangan masyarakat, dokumentasi dan informasi kegiatan Polres, menggunakan media online *instagram* sebagai sarana membangun citra positif lembaga. Kegunaan *instagram* sangat membantu Humas Polres dalam membranding citra institusi. Melalui media *instagram* Polres Tulungagung, Humas menyampaikan informasi tentang program *Police Goes to School* dalam menekan angka kenakalan remaja. Selain itu, Humas Kepolisian Polres Tulungagung berperan sebagai *facilitator communication* melalui kegiatan konferensi pers terkait 543 kasus kriminal, 140 kasus penyalahgunaan Narkoba, 912 kasus Laka Lantas, Pelanggaran lalu lintas, operasi yustisi dan giat terkait pengendalian Covid-19 yang diposting melalui akun *instagram* Polres Tulungagung. Selanjutnya, peran dan tugas yang dilakukan Humas Polres Tulungagung adalah menjadikan Polres Tulungagung sebagai subseksi pengayom masyarakat, dalam penyampaian informasi tentang pelaksanaan kegiatan Polres Tulungagung. Menurut (Ruslan 2012:22) Sebagaimana peran dan fungsi praktisi Humas mengemukakan bahwa praktisi Humas harus memiliki perencanaan yang mampu memikirkan, menganalisis dan menafsirkan segala keadaan mengenai opini masyarakat dan isu yang sedang berkembang di khalayak. Sejalan dengan itu maka orientasi penelitian ini memfokuskan pada bidang Humas Polres Kota Tulungagung.

Polres Kota Tulungagung adalah struktur Komando Kepolisian Republik Indonesia yang berada dibawah Kapolri. Organisasi Polri Tingkat Daerah Kabupaten/Kota (Polres) merupakan salah satu instansi pemerintah yang mengemban tugas sebagai pengayom, pelindung dan penegak hukum. Dalam mengemban tugas-tugasnya Polres Kabupaten Tulungagung memiliki berbagai bidang seperti, Sabhara (Samapta Bhayangkara), Satreskrim (Satuan Reserse dan Kriminal), Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat) dan BidHumas (Bidang Humas), sebagai penerangan masyarakat, menyajikan data, dokumentasi dan informasi terakait kegiatan Polisi. Polres Tulungagung dipimpin oleh seorang Kepala

Kepolisian Resor (KaPolres) dan dibantu oleh Wakil KaPolres (WakaPolres).

Dalam membentuk citra dikalangan masyarakat, Humas yang terdapat di Polres Tulungagung akan menjalankan peran dan fungsi dengan melalui media online *instagram*. Diharapkan media online *instagram* Polres Tulungagung dapat meningkatkan reputasi Kepolisian dikalangan khalayak yang lebih luas dan lebih kompleks. Pada saat ini teknologi adalah suatu hal yang mudah untuk dijangkau sehingga tidak heran apabila kemajuan teknologi dapat mempermudah masyarakat untuk berinteraksi. Media online memungkinkan berbagi informasi secara instan dan karena jumlah orang yang menggunakan internet terus meningkat, dengan banyaknya jejaring media sosial itu sendiri, rills atau cerita yang di posting intansi dapat dengan mudah dijangkau masyarakat luas. Media sosial yang berkembang saat ini dan menjadi favorit dikalangan masyarakat Indonesia adalah *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*. Berdasarkan data yang dirilis oleh *We Are Social*, *Whatsapp* berada di urutan teratas dengan 88,7% pengguna, disusul oleh *Instagram* dengan 84,8% pengguna, dan diurutan ketiga adalah *Facebook* dengan 81,3% pengguna www.dataindonesia.id diakses tanggal 14/06/2022.

Pada dasarnya, masing-masing media sosial tersebut memiliki keunggulan dan kelemahan. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut :

Tabel Keunggulan dan kelemahan media sosial

Media sosial	Keunggulan	Kelemahan
<i>Facebook</i>	Dalam penggunaannya sangat mudah, Dapat bergabung dengan grup sesuai dengan kesukaanya seperti, hobi, bisnis dan pertemanan.	Seringnya perubahan tampilan sehingga pengguna bingung, layout tidak dapat dirubah.
<i>Whatsaap</i>	Penggunaannya sangat mudah, tersedia fitur <i>back up chat</i> pencadangan pesan,	Sering melakukan pembaharuan, memiliki volume data yang cukup besar,
<i>Instagram</i>	Dapat meshare video, edit foto, kualitas upload bagus.	Video yang di <i>upload</i> hanya 15 detik, fitur <i>chat</i> hanya dapat digunakan antar pengguna <i>instagram</i>

Sumber: seputarit.com, Tahun 2015

Berdasarkan analisis tersebut, peneliti lebih tertarik untuk mengamati media sosial *instagram* Polres Kabupaten Tulungagung sebagai sarana penyampaian informasi dalam membangun citra positif. Pemanfaatan media online *instagram* guna menjalankan peran dan fungsi Humas Polres Tulungagung sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan, memerlukan beberapa elemen-elemen agar dapat mendukung tersampainya pesan dengan baik seperti, keaktifan, keaktutualan dan kreativitas media online yang dikelola. Dengan demikian Humas dituntut untuk selalu memberikan informasi terkini karena apabila tidak ada pembaruan informasi dan cenderung pasif maka perhatian khalayak akan beralih. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat tema tentang pengelolaan media online *instagram* sebagai sarana membangun citra positif lembaga. Dengan citra positif, diharapkan peran Humas Polres Tulungagung berjalan lancar, sehingga loyalitas masyarakat semakin tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Humas

Hubungan Masyarakat (Humas) dihubungkan dengan aktivitas komunikasi dalam organisasi bertindak sebagai komunikator yang mewakili organisasi untuk menyampaikan atau menyebarluaskan berbagai informasi pada public yang dijadikan sasaran, baik publik internal maupun eksternal. Seperti yang diungkapkan Effendi (2005:142), bahwa public relation atau Humas merupakan suatu metode kegiatan atau tindakan yang memiliki makna dan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi kegiatan persuasi dan pengkajian pendapat umum.
- c. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi atau institusi.
- d. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam organisasi dan publik diluar organisasi atau khalayak. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik/khalayak.

Selain penjelasan di atas, Cutlip, Center dan Broom dalam Butteric (2012:08) mendefinisikan public relation atau Humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalanya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aktivitas yang dilakukan public relation merupakan kegiatan yang memiliki peran dan fungsi yang krusial bagi sebuah institusi atau organisasi.

Definisi Peran Humas

Menurut Glen Broom dan David daozier dalam lattimo re (2010:62). Mengkaji peran public relation selama lebih dari 20 tahun. Dalam risetnya ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan public relation yaitu peran sebagai teknisi dan manajer. Peran sebagai teknisi mewakili sisi seni, menulis, mengedit, mengambil foto, menangani produksi komunikasi, Membuat event spesial dan melakukan kontak telepon dengan media massa. Adapun peran sebagai manajer berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecah masalah terkait public relations. Lattimore (2010:62) menyatakan tiga peran public relations sebagai berikut:

Definisi Fungsi Humas

Menurut pakar Humas internasional Cutlip, Centre dan Canfield, (Prayudi 2012:35). Fungsi Humas dapat dirumuskan menjadi lima faktor yaitu:

- a. Menunjang aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
- b. Membina hubungan yang harmonis antara badan organisasi dan publiknya.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan khalayak terhadap organisasi yang diwakili atau sebaliknya.
- d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi, serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Renald Kasali dalam Ruslan (2012:11) mengatakan fungsi manajemen dalam konsep Humas bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya terhadap segmen masyarakat, yang kegiatannya langsung atau tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan atau produknya.

Proses Tahapan Public Relations

Cutlip, Center and Broom (Ruslan, 2006:351) menyampaikan bawasannya program kerja perencanaan melalui berbagai “Proses Empat Langkah-Langkah atau Tahap Pokok” yaitu sebagai berikut:

- a. *Fact Finding* atau Permasalahan/ Pencarian Fakta
- b. *Planning and Programing* atau Perencanaan dan Program
- c. *Communication and Taking action* atau Komunikasi dan Aksi
- d. *Evaluation* atau Evaluasi

Humas dalam Pemerintahan

Tak hanya perusahaan besar, sektor pemerintah saat ini juga mulai menyadari fungsi dan peran Humas dalam sistem Manajemen. Bagi negara yang menganut sistem demokrasi seperti Indonesia keberadaan Humas merupakan aspek yang “wajib” ada. Karena ciri pemerintah yang demokratis adalah Keterbukaan Informasi yang akurat serta keterlibatan masyarakatnya dalam pengambilan keputusan dalam pemerintahan.

Menurut Cutlip, Center, Broom (2006:465) Peran praktik Humas Pemerintah lebih besar dibandingkan dengan Praktik PR lain dikarenakan adanya peran advokasi publik yang dimainkan oleh Humas untuk membuat suatu kebijakan. Artinya Humas Pemerintah melakukan komunikasi dua arah secara terus menerus antara pemerintah dengan rakyatnya untuk menciptakan mufakat demi kepentingan bersama.

Konsep Pengelolaan

Pengelolaan merupakan langkah yang memberikan perlindungan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian suatu tujuan. Dalam hal ini pengelolaan diartikan secara umum merupakan kegiatan merubah atau mengganti sesuatu menjadi lebih baik yang memiliki nilai lebih tinggi dari sebelumnya. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai sesuatu agar lebih sesuai dengan yang di harapkan sehingga menjadi sesuatu yang tersusun dan terencana. Nugroho (2003:119) mendefinisikan bahwa pengelolaan adalah bahasa yang digunakan dalam teori mengenai manajemen. Secara etimologis pengelolaan awalnya kata *manage* (*to manage*) hal ini tentunya memfokuskan pada proses mengelola juga menghandel, membantu dalam suatu pencapaian yang diharapkan. Jadi pengelolaan ini ialah ilmu manajemen yang berkaitan dengan proses menangani dan mengurus hal dengan bertujuan agar sesuatu hal yang diharapkan. Pengelolaan Instagram tentu sangat memberikan pengaruh terhadap suatu citra lembaga dan melalui pengelolaan sosial media yang baik juga mempengaruhi mengenai opini atau penglihatan masyarakat mengenai lembaga tersebut karena dilihat dari pengelolaan instagram yang baik mampu memberikan ketertarikan dalam memberikan segala informasi yang diberikan dan hal tersebut menjadi suatu perhatian masyarakat terhadap konten-konten yang diberikan melalui media sosial.

Definisi Media Online

Media *online* disebut juga dengan *Digital Media* yang berarti media yang tersaji secara *online* di internet, Romli (2012:34) memaparkan pengertian media *online* secara umum dan khusus:

- a. Pengertian media *online* secara umum yaitu, segala jenis atau format media yang hanya bisa di akses melalui internet berisikan teks, foto, video dan suara. Dalam pengertian umum media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media *online* secara umum ini maka *email*, *mailing list* (milis), *website*, *blog*, *whatsapp*, dan media sosial (*social media*) masuk dalam kategori media *online*.
- b. Pengertian media online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam

bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisita dan periodisitas.

Seiring perkembangan zaman saat ini media sosial menjadi hal yang pasti dan penting dalam segala aspek yang kian memberikan pembaruan serta inovasi baru dalam perubahan. Ardianto, (2012:165) dalam bukunya *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif* menjelaskan bahwa sosial media menggunakan jejaring internet juga berbagai fitur yang tentunya mempermudah pemakainya untuk bergabung, membagi juga menciptakan sebuah karya berbentuk konten di media sosial instagram. Media sosial banyak macamnya salah satunya yang paling sering digunakan oleh suatu instansi, lembaga atau perusahaan adalah instagram. Pemilihan media sosial ini dalam target dan jumlah banyak masyarakat yang aktif serta berperan aktif dalam mencari segala kebutuhan informasi di sosial media karena hal ini memudahkan untuk diakses juga dilihat kapan saja dan dimana saja dengan adanya koneksi internet yang baik.

Instagram

Instagram merupakan jenis sosial media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat umum, dalam hal ini instagram sebagai media yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan konteks kebutuhan penggunaannya. Fitur yang diberikan oleh instagram berupa gambar-gambar, video berdurasi pendek juga cerita pendek melalui instastory dan fitur *live streaming*. Instagram aktif digunakan dari tahun 2010 hingga saat ini perkembangan media sosial instagram sangat pesat, dilengkapi dengan berbagai fitur baru dalam setiap pembaruannya, sehingga instagram menjadi media yang banyak digandrungi oleh masyarakat terkhusus oleh milenial.

Citra

Menurut G. Sach dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Pengertian citra ini kemudian disitir oleh Effendi dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:171) bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita. Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990:111) citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. (Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2007: 111-112). Bertolak dari pengertian tersebut, Sukatendel dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:112), berpendapat bahwa citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Sedangkan menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007: 113), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Jalaludin Rakhmad dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif digunakan peneliti dengan tujuan agar bisa mengelompokkan permasalahan yang sedang diteliti dengan memisahkan objek dalam kegiatan penelitian di suatu lembaga, khalayak dan yang lainnya, sebagai mana juga saat ini sesuai dengan fakta-fakta yang ada mengenai pengelolaan media sosial instagram sebagai alat dalam membangun citra lembaga. Penelitian dilakukan dengan melakukan pengamatan dan wawancara terkait pengelolaan media sosial Polres Tulungagung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memberikan gambaran tentang pengelolaan media online instagram Polres Tulungagung menggunakan Teori 4 langkah PR menurut Cutlip dan Center (Ruslan, 2006) yang meliputi *Fact Finding, Planning and Programing, Tacking action*, dan *Evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polres Tulungagung telah melakukan langkah-langkah sesuai dengan teori penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Triangulasi Hasil

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana usaha yang dilakukan oleh Humas Polres Tulungagung dalam mengelola media instagram sebagai sarana membangun citra positif?	“Pemilihan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sangat diperlukan karena hal itu dapat menjadi acuan yang bisa menarik perhatian masyarakat dalam memandang citra lembaga dengan baik, sehingga informasi yang diberikan mampu memberikan sesuatu hal yang di butuhkan masyarakat. Salah satunya dengan berbagai berita Kegiatan Polisi.”
2.	Apakah Humas Polres Tulungagung melakukan perencanaan saat melakukan pengelolaan media online instagram?	Iya kami melakukan perencanaan.
3.	Apa dan Bagaimana Perencanaan yang dilakukan Polres Tulungagung dalam mengelola media online instagram?	“Perencanaan yang dilakukan sejauh ini seperti melakukan kegiatan <i>Police Going To School</i> dalam menekan angka kenalakan remaja. Kegiatan <i>Police going To school</i> merupakan bentuk kepedulian Polri terutama Polres Tulungagung dalam membina dan mengarahkan anak usia produktif agar terhindar dari pengaruh Negatif. Dimana kegiatan tersebut bisa dijadikan konten atau informasi yang harus diketahui masyarakat.” selain itu perencanaan yang kami lakukan yaitu unggahan konten instagram. Kita ada berita tidak langsung asal masukan atau di jadikan konten. Tapi di pilah dan dipilih, seperti terkadang konten yang diinginkan oleh Polda atau Mabes dan hal lain yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat terkait kegiatan Polisi yang diharapkan sebisa mungkin masyarakat mampu menerima dan memahami apa yang terdapat dalam unggahan media instagram Polres Tulungagung. Karena kan informasi yang disebar di media sosial ini sangat memberikan dampak yang pasti menyeluruh sehingga bisa membangun citra lembaga di mata masyarakat.”
4.	Bagaimana cara Humas Polres Tulungagung dalam melaksanakan perencanaan yang sudah ada dan telah dibuat?.	“cara melaksanakan perencanaan dilakukan dan ditangani oleh Tim eksekutor lapangan yang bertugas mengumpulkan semua data dilapangan ketika ada kegiatan yang diselenggarakan oleh Bapak KaPolres atau dinas tertentu

		agar kegiatannya dapat di informasikan ke masyarakat dengan meluas, tim eksekutor ini yang mengumpulkannya lalu nanti di berikan hasilnya kepada tim pengedit untuk dijadikan konten instagram. Jadi masyarakat sangat mudah menjangkau dan mengetahui informasi kegiatan yang telah diselenggarakan. ”
5.	Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Humas Polres Tulungagung dalam mengelola media instagram Polres Tulungagung?	“kita ada evaluasi setiap minggunya, dimana evaluasi ini di lihat dari <i>insigh</i> atau grafik instagram, dilihat dari interaksi followers, naik turunnya konten yang diberikan mengenai respon masyarakat, dan seberapa banyak kunjungan yang membuka media sosial instagram Polres Tulungagung. Jika ada peningkatan alhamdulillah dan jika tidak kita memberikan konten yang lebih menarik atau konten berupa video grafis dan lain sebagainya.”

CITRA POLRES TULUNGAGUNG

Citra diklasifikasikan berdasarkan teori yang ada dalam landasan teori. Analisis citra didasarkan pada teori citra menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990:111) adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan. Pada analisis citra penelitian ini menggunakan 4 narasumber untuk menilai citra Polres tulungagung melalui media online instagram.

Kesan

Kesan masyarakat menentukan apa yang diunggah dan disuguhkan dapat dipahami, terpikirkan dan membekas, melalui media online instagram sebagai alat untuk membentuk citra lembaga. Memperhatikan apa yang dibutuhkan masyarakat dapat menjadi rencana dalam pembentukan kesan. Berdasarkan pengetahuan dan apa yang dilihat pertama kali oleh masyarakat terhadap apa yang dilihatnya akan fakta dan informasi yang diunggah oleh Humas Polres Tulungagung, dapat berkelanjutan pada bagaimana kesan masyarakat terhadap konten instagram Polres Tulungagung itu sendiri. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama ke-4 narasumber yang mengatakan bahwa informasi yang disampaikan Polres Tulungagung melalui akun ig dapat dengan mudah dipahami. Hal ini bisa diketahui dari respon ke-4 narasumber tersebut ketika peneliti menanyakan kembali contoh-contoh informasi apa saja yang pernah mereka lihat. Dengan demikian analisis pada tahapan citra kesan masyarakat kepada lembaga, Humas Polres Tulungagung sebagai divisi pengelola media online instagram, telah dapat menyuguhkan berbagai informasi melalui media instagram dengan cara memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga berkelanjutan pada Kesan masyarakat yang dapat dengan mudah untuk memahami informasi yang telah disampaikan Polres Tulungagung.

Perasaan

Perasaan merupakan alat yang dapat digunakan untuk mempengaruhi masyarakat, salah satunya dengan mempengaruhi melalui media online. Humas Polres Tulungagung menjalankan tugasnya sebagai divisi pengelola media online Polres Tulungagung. Berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh Polres Tulungagung nantinya dijadikan sebagai konten instagram untuk menstimulasi perasaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara kepada Julia Nafair Zubaidi yang mengatakan :

“...Ya saya pernah melakukan sebuah interaksi like dan komen kepada konten instagram Polres Tulungagung, postingan yang menyebabkan saya melakukan sebuah interaksi, ketika saya melihat unggahan instagram Polres Tulungagung tentang polisi yang melakukan tugas mereka di lapangan seperti penertiban lalu lintas.

Sedangkan Pamungkas selaku narasumber ke-2 menyebutkan : “...ya saya pernah Haryoko, *Pengelolaan Media Instagram Polres Tulungagung Sebagai Sarana Membangun Citra Positif Lembaga*

melakukan sebuah interaksi like dan komen kepada konten instagram Polres Tulungagung, postingan yang menyebabkan saya melakukan sebuah interaksi saat polisi berbaur dengan masyarakat seperti melakukan gotong-royong dan peduli sosial.

Selanjutnya Prima rizky selaku narasumber ke-3 juga menyebutkan :

“pernah melakukan sebuah interaksi like dan komen kepada konten instagram Polres Tulungagung, postingan yang menyebabkan saya melakukan sebuah interaksi saat polisi yang melakukan penggerebekan judi”

dan yang terakhir Riyan Saputra sebagai narasumber terakhir yang memiliki jawaban yang berbeda ketika melakukan sebuah interaksi, Riyan mengatakan:

“... ya saya pernah melakukan sebuah interaksi like dan komen kepada konten instagram Polres Tulungagung, yang menyebabkan saya melakukan sebuah interaksi yaitu postingan Tulungagung dengan cara editing template yang menarik”

Seperti yang disampaikan oleh keempat narasumber masing masing dari mereka pernah melakukan sebuah aktifitas like dan komen kepada akun instagram Polres Tulungagung. Namun hanya satu dari keempat narasumber yaitu Riyan yang mengatakan tertarik pada cara editing konten instagram, berbeda dengan yang lainnya yang tertarik kepada isi dari unggahan instagram Polres Tulungagung. Dengan demikian analisis pada tahapan citra perasaan masyarakat kepada lembaga, Humas Polres Tulungagung sebagai divisi pengelola media online instagram mengunggah konten yang berisi berbagai kegiatan polisi dengan cara dikemas dengan editing template yang menarik sehingga masyarakat terstimulasi untuk melakukan sebuah interaksi.

Gambaran

Dalam mengelola media online instagram, mengunggah informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan sengaja dilakukan sebagai cerminan lembaga. Pemahaman masyarakat terhadap sebuah lembaga instansi pemerintah seperti Polres dapat diartikan sebagai pelopor tertib berlalulintas dan penegakan hukum. Dalam membangun citra tidak hanya tercipta dari sekedar penegak dan pelopor hukum melainkan dari banyak hal seperti melakukan hubungan yang baik dengan masyarakat, berbagai keberhasilan dan penghargaan, sejarah, pelayanan masyarakat dll.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara kepada Julia nafair zubaidi yang mengatakan :

“...Setahu saya Polres Tulungagung melakukan kegiatan sosial seperti gotong royong.”

Sedangkan Pamungkas selaku narasumber ke-2 menyebutkan :

“...setahu saya seperti memberi pengertian dan himbauan kepada masyarakat agar selalu untuk taat hukum.”

Selanjutnya Prima Rizky sebagai narasumber ke-3 juga menyebutkan :

“...Memberikan informasi yang beraagam seperti bencana alam, santunan, dan penertiban rambu lalu lintas.”

Dan yang terakhir Riyan Saputra sebagai narasumber ke-4 mengatakan :

“...Memberikan edukasi tentang pentingnya bekerja sama dalam membangun kepercayaan antara sesama manusia.”

Seperti yang gambarkan oleh keempat narasumber bahwa Polres Tulungagung tidak hanya sebagai instansi pemerintah yang berbidang pada penegak hukum melainkan juga memiliki hubungan sosial dan kepedulian terhadap masyarakat. Dengan demikian analisis pada tahapan citra gambaran masyarakat kepada lembaga sebagai langkah terakhir yang digunakan oleh Humas Polres Tulungagung untuk membangun citra lembaga telah berdampak kepada masyarakat yang memiliki pedapat dan gambaran bahwa Polres tidak hanya melakukan sebuah kegiatan penertiban lalu lintas melainkan juga kegiatan peduli sosial hal ini terbukti bahwa media online instagram Polres Tulungagung sebagai sarana membangun citra lembaga telah berhasil mempengaruhi gambaran masyarakat terhadap citra Polres.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data di atas, penelitian ini memberikan gambaran tentang pengelolaan media online instagram Polres Tulungagung menggunakan Teori 4 Langkah PR menurut Cutlip dan Center (Ruslan, 2006) yang meliputi *Fact Finding*, *Planning and Programing*, *Tacking action*, dan *Evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polres Tulungagung telah melakukan langkah-langkah sesuai dengan teori, yaitu :

1. *Fact finding* : Menentukan pemilihan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat salah satunya dengan memantau dan mengambil keputusan berdasarkan dari aduan masyarakat melalui laman pelayanan Polres Tulungagung yang nantinya akan menjadi berita terkait kegiatan Polisi.
2. *Planning* : Merencanakan kegiatan tentang perpanjangan SIM keliling sebagai isi konten instagram sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan arahan dari Polda dan Mabes Polri.
3. *Tacking Action* : Tim eksekutor menjadi bagian *Tacking Action* yang dimana hasil dari peliputan kegiatan menjadi bahan konten instagram Polres Tulungagung, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui kegiatan atau informasi yang disampaikan tanpa harus mengikuti kegiatan yang diselenggarakan.
4. *Evaluation* : Polres Tulungagung, melakukan evaluasi dengan cara melihat insight instagram atau grafik instagram untuk dapat mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap konten instagram yang telah diunggah.

Sedangkan mengenai citra, hasil wawancara kepada narasumber menunjukkan bahwa Polres Tulungagung mendapat apresiasi yang positif dari masyarakat. Dengan adanya unggahan melalui media online instagram dan editing dalam pengunggahannya mampu membentuk citra positif dikalangan masyarakat. Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap Polres Tulungagung mengarah pada citra yang baik.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan diatas, maka perlu diberikan beberapa saran sebagai masukan kepada penulis yaitu :

1. Penelitian ini menganalisis pengelolaan media online instagram Polres Tulungagung sebagai sarana membangun citra lembaga, dengan menggunakan teori dari Cutlip dan Center dalam Ruslan(2006) dan teori citra Bill Canton dalam Sukatendel (1990). Teori-teori terkait dengan 4 langkah PR dan citra Humas yang lain dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.
2. Saran untuk peneliti lain yang tertarik pada topik penelitian ini dengan menggunakan metode lain yang memberikan hasil yang lebih komprehensif, lengkap dan tajam.

Selanjutnya akan disarankan sebagai masukan kepada pihak Polres Tulungagung berdasarkan pembahasan diatas yaitu :

1. Diharapkan untuk lebih memperhatikan dan mengevaluasi terhadap repository yang telah ada.
2. Cepat dan tanggap terhadap setiap respons dan pengajuan pelayanan sebab interaksi secara langsung memiliki peran besar dalam menentukan citra institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar. (2005). *Teori dan Profesi KeHumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ruslan, Rosady S. M. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Cutlip, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations* (Edisi kesembilan). Jakarta: Kencana
- Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia

- Ardianto, Alvinaro. (2011) *Handbook Of Public Relations*. Pengantar Komprehensif. Bandung : Remaja Rosdakarya Bandung
- Gassing, Syarifuddin S. dan Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Andi Dwi Riyanto. (2022). *Hootsuite (We Are Social): Indonesia digital Report 2022*.
Retrieved From <https://Andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2022/> (diakses 14/06/2022, pukul 22:00)
- Lararenja, E. (2020, Desember 14). *Puposive Sampling adalah Teknik Pengambilan Sampel dengan Ciri Khusus, Wajib Tahu*. Retrieved from [merdeka.com: https://www.merdeka.com/jatim?purposive-Sampling-adalah-teknik-pengambilan-sampel-dengan-ciri-khusus-wajib-tahu- kln.html](https://www.merdeka.com/jatim?purposive-Sampling-adalah-teknik-pengambilan-sampel-dengan-ciri-khusus-wajib-tahu- kln.html)
- Ahmad. (18 Oktober 2011). *Sejarah Polres Tulungagung*. Retrived from <https://ahmadcamuhh.blogspot.com>
- Rastra Sewalokattama. *Direktori online Polres se-Indonesia*. Retrived from <https://direktorkantopolisi.wordpress.com/Polres-tulungagung/>
- Tribata News Polres Tulungagung. (30 November 2022). *Kepolisian Resor Tulungagung*. Retrivedfrom [https://id.Wikipedia.org/wiki/Kepolisian_Res or Tulungagung](https://id.Wikipedia.org/wiki/Kepolisian_Res_or_Tulungagung)
- Tribata News Polres Tulungagung. *Profil Polisi Resor Tulungagung* Retrived from <https://tribatanews.tulungagung.jatim.polri.go.id>
- Risky Nurul shafa. (2019). *Pengelolaan konten instagram dalam menjaga citra lembaga (Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia) skripsi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. Retrieved from <http://digilib.uinsgd.ac.id/31698/>
- Paramitha Wydaswari, Susane Dida, FX Ari Agung Prastowo. (2019). *Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transpormasi Pendengar Jurnal. Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi UniversitasPadjajaran*.RetirevedFrom <https://Jurnal.unpad.ac.id/profesi-Humas/article/view15711>.
- Fhadilah, Difa Hasya (2001). *Peran Humas pemerintah sebagai fasiliator komunikasi dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat Kota Bandung. Skripsi sarjana thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. Retrived from <https://digilib.uinsgd.ac.id>