

**STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @POLRESBANTULDIY
DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF POLRES BANTUL**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh :

Rusti Nur Anggraini

14730060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama Mahasiswa : Rusti Nur Anggraini
NIM : 14730060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapat gelar di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 15 Oktober 2018

Yang Menyatakan



Rusti Nur Anggraini

NIM.14730060



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Rusti Nur Anggraini
NIM : 14730060
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @POLRESBANTULDIY
DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF POLRES BANTUL**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Oktober 2018

Pembimbing

Niken Puspitasari, M.A
NIP. 19830111 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DS4/PP.00.9/1291-a/2018

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @POLRESBANTULDIY DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF POLRES BANTUL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RUSTI NUR ANGGRAINI
Nomor Induk Mahasiswa : 14730060
Telah diujikan pada : Rabu, 24 Oktober 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Niken Puspitasari, S.I.P., M.A.
NIP. 19830111 201503 2 004

Pengaji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Pengaji II

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Yogyakarta, 24 Oktober 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
D E K A N



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

Lakukanlah Kebaikan Sekecil Apapun, Karena Engkau Tidak Pernah Tahu Kebaikan
Yang Mana Yang Akan Membawamu Ke Surga

(Imam Hasan Al-Basry)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk

Almamaterku Tercinta

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah mencerahkan rahmat dan kasihnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Mempertahankan Citra Positif Melalui Instagram dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa penulis curahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nanti syafa'atnya di yaumul akhir.

Penulis menyadari bahwa terselesaiannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak baik secara moril maupun imateriil. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Shodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik,
4. Ibu Niken Puspitasari S, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu mendukung, memberikan masukan, dan membimbing dengan sepenuh hati,
5. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji I dan Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah

meluangkan waktunya untuk menguji seminar proposal dan juga siding munaqosah di sela-sela kesibukannya,

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis,
7. Erik Hadi Saputra selaku Humas dan Urusan Internasional Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membantu dan mendukung penelitian ini,
8. Kasubag Humas Polres Bantul AKP Sulistianingsih dan *Staff* pengelola Instagram Bapak Bripka Maryono, serta segenap *staff* Humas Polres Bantul yakni Pak Agus, Pak Puji, Bu Yatmi, Resma Ardian, yang juga telah membantu dan mendukung penelitian ini.
9. Almarhum ayahanda tercinta Rusyanto dan juga Ibuku Watinem tersegalanya yang telah melimpahkan kasih, cinta, dan sayangnya serta tak henti-henti memberikan dukungan. Sayangmu tak akan terbalaskan,
10. Bapak Ir. Suprapto Siswosukarto, Ph.D, Ibu Utari, Dhomas Erika Ratnasari yang telah menjadi keluarga dan rumah kedua untuk penulis, kasih sayang kalian sama besarnya dengan orangtua penulis yang tidak akan terbalaskan,
11. Mas Hasan yang selama ini selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2014 khususnya Musfingatun Sakinatul Fatimah, Amalia Nurul, Fitri yang selalu mendukung,

mendengarkan keluh kesahku dan juga tak henti-hentinya mengingatkan
untuk berbuat lebih baik,

13. Dan semua pihak yang telah meluangkan waktunya sehingga dapat
membantu terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, tidak ada gading yang tak retak. Begitu pula dengan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangatlah penting untuk kebaikan penulisan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua.

Yogyakarta, 15 Oktober 2018

Peneliti

Rusti Nur Anggraini

NIM 14730060

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Landasan Teori.....	11
F. Kerangka Berpikir.....	29
G. Metode Penelitian.....	31

BAB II GAMBARAN UMUM	37
A. Profil Polres Bantul	37
B. Visi dan Misi Polres Bantul	40
C. Struktur Organisasi.....	42
D. Sub Bagian Humas Polres Bantul	45
E. Profil Instagram @polresbantuldiy	48
F. Profil Informan.....	54
BAB III PEMBAHASAN	58
A. Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul	59
1. Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul	64
2. Implementasi Strategi Media Sosial Instagram Humas Polres Bantul ke dalam <i>Strategy of Publicity,Strategy of Persuasions,</i> <i>Strategy of Argumentations,</i> dan <i>Strategy of Image</i>	69
B. Citra Polres Bantul	117
BAB IV PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berpikir.....	30
Bagan 2. Struktur Organisasi Polres Bantul.....	43
Bagan 3. Struktur Organisasi Humas Polres Bantul	47
Bagan 4. Input Foto dan Video ke Instagram @polresbantuldiy	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Perbedaan Telaah Pustaka	10
Tabel 2. Matriks Pendapat Masyarakat Tentang Polres Bantul	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Instagram Polres Bantul	4
Gambar 2. Polres Bantul	37
Gambar 3. Logo Polres Bantul.....	39
Gambar 4. Logo Sub Bagian Humas.....	46
Gambar 5. <i>Screenshot</i> Akun yang Diikuti Polres Bantul.....	49
Gambar 6. <i>Screenshots</i> Akun yang Diikuti Polres Bantul	50
Gambar 7. <i>Screenshots</i> Unggahan Pertama Akun @polresbantuldiy.....	51
Gambar 8. <i>Screenshots</i> Halaman Utama Akun @polresbantuldiy	51
Gambar 9. <i>Screenshots</i> Kolom Komentar Instagram Polres Bantul	52
Gambar 10. <i>Screenshots</i> Tanda Tagar Satgasnusantarapolri	53
Gambar 11. <i>Screenshots</i> Kiriman Polres Bantul di Tanda Tagar Satgasnusantarapolri	53
Gambar 12. Grup <i>WhatsApp</i> Humas Polres Bnatum	62
Gambar 13. Laporan Humas Polsek ke Email Sub Bagian Humas Polres Bantul	63
Gambar 14. <i>Screenshots</i> Publikasi di Instagram @polresbantuldiy	87
Gambar 15. <i>Screenshots</i> Unggahan Foto Polres bantul.....	91
Gambar 16. <i>Screenshots</i> Unggahan Video Polres bantul.....	91
Gambar 17. <i>Screenshots</i> Judul Foto di Instagram @polresbantuldiy	93
Gambar 18. <i>Screenshots</i> Judul Foto di Instagram @polresbantuldiy	94
Gambar 19. <i>Screenshots</i> Tanda Tagar yang Digunakan di Instagram	

@polresbantuldiy	94
Gambar 20. <i>Screenshots Komentar Masyarakat di Instagram</i>	
@polresbantuldiy	99
Gambar 21. <i>Screenshots Press Conference Polres Bantul</i>	
Gambar 22. <i>Screenshots Ungkap Kasus Miras</i>	107
Gambar 23. <i>Screenshots Respon Humas Polres Bantul Terkait Pemasangan</i>	
CCTV	108
Gambar 24. <i>Screenshots Respon Humas Polres Bantul Terkait Pemasangan</i>	
CCTV	109
Gambar 25: <i>Screenshots Kapolres Bantul Menyantuni Anak Yatim</i>	
114	

ABSTRACT

This research is about an Instagram @polresbantuldiy social media strategy to keep the positive image of Bantul Police Resort. The purpose of this research is to know how the descriptions about an Instagram @polresbantuldiy social media strategy to keep the positive image of Bantul Police Resort. Researcher used qualitative descriptive method. While the data collected method researcher used observation, interview and documentations.

The theory of this research is Public Relations, Strategy Public Relations, Social Media, Instagram, and Image. The theory of Public Relations in this study relates to the description and elements of Public Relations while the theory of Public Relations strategy used is the theory of Publicity, the Strategy of Persuasions, the Strategy of Argumentations, and the Strategy of Image. In the Social Media and Instagram theory. Social Media and Instagram there are characteristics of social media and Instagram features. The last is Image theory from Frank Jefkins which consists of 6 topics, namely the mirror image, the current image, the wish image, the multiple image, corporate image and goods and bad image.

This study found that an Instagram @polresbantuldiy social media strategy used by Bantul Police Public Relations was to spread positive news related to the successes of the Bantul Police Resort which was implemented into 4 categories of Public Relations Strategies which included Strategy of Publicity, Strategy of Persuasions, Strategy of Argumentations and Strategy of Image then poured into photos or videos on Instagram @polresbantuldiy by using supporting features on Instagram.

Key Words : Public Relations, Strategy of Public Relations, Social Media, Instagram Features, and Image

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Dunia *Public Relations* sudah memasuki era media baru yang mana mau tidak mau seorang *Public Relations* harus menggunakan media baru salah satunya instagram. Jumlah pengguna instagram di Indonesia pada bulan Januari 2018 sendiri ada 53 juta.

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses 6 November 2018 pukul 15.30).

Dengan jumlah pengguna sedemikian banyak tentunya instagram memiliki peranan penting terhadap pembentukan citra sebuah instansi. Citra sendiri merupakan suatu hal yang dianggap penting bagi sebuah instansi. Menurut Frank Jeffkins, citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Jeffkins:2004).

Sehingga dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwasanya pengalaman yang dialami oleh seseorang ataupun organisasi baik itu pengalaman positif maupun negatif nantinya akan menentukan bagaimana citra orang ataupun organisasi tersebut di mata publik atau masyarakat.

Tolak ukur citra bukan hanya dilihat dari pengalaman saja, melainkan juga dapat dilihat dari pemberitaan media massa terhadap suatu instansi. Salah satu instansi yang sering menjadi sorotan publik adalah kepolisian. Diatur pada Undang-Undang Nomor 2 tahun 2002 polisi adalah suatu alat negara yang berfungsi memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, penegakan hukum,

perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat yang dilaksanakan dan didukung oleh masyarakat itu sendiri dengan menjunjung tinggi hak dasar yaitu hak asasi manusia atau (HAM) (sumber: <https://kejaksaan.go.id/upldoc/produkkm/UU>, diakses pada 28 Januari 2018 pukul 08.00 WIB).

Polres Bantul merupakan instansi kepolisian yang berada di tingkat Kabupaten tepatnya di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Citra Polres Bantul saat ini dapat dikatakan positif di mata masyarakat. Dibalik citra positif tersebut tentunya ada usaha keras yang telah dilakukan oleh Polres Bantul. Seperti firman Allah dalam surat Al Zalzalah ayat 7-8 yang berbunyi :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يُرَأَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يُرَأَهُ (٨)

Yang artinya : “*Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat balasannya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahanan sebesar dzarrah pun, niscaya dia akan melihat balasannya*”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa jika kita berbuat kebaikan sekecil apapun maka kebaikan pula yang akan kita dapatkan, begitu pula sebaliknya. Jika kita berbuat kejahanan maka kelak kita juga akan mendapatkan balasan yang setimpal. Sedangkan kaitannya citra adalah apabila sebuah instansi memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat maka masyarakat juga akan memandang positif instansi tersebut. Selain menjaga hubungan baik melalui pelayanan kepada masyarakat juga dengan menjalin hubungan baik dengan media agar pemberitaan mengenai Polres Bantul selalu positif.

Pandangan atau citra positif masyarakat terhadap Polres Bantul ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti prestasi yang telah diperoleh Polres Bantul. Beberapa prestasi yang telah diraih Polres Bantul antara lain di tahun 2016 Polres Bantul mendapatkan penghargaan dari Kementerian PAN dan RB karena berhasil meraih peringkat pertama hasil pengukuran ITK bidang Pelayanan Publik untuk tipe Polres se-Indonesia (Sumber:<http://tribratanews.polri.go.id/?p=1549>, diakses pada Sabtu 17 Februari 2018 pukul 13.24 WIB). Penghargaan yang sama diperoleh Polres Bantul pada tahun 2017 lalu dengan nilai sangat baik dari Kementerian PAN dan RB yang menempatkan posisi Polres Bantul pada peringkat pertama dari 18 Polres di seluruh Indonesia lainnya yang juga mendapatkan nilai sangat baik(sumber:<https://www.google.co.id/amp/m.bisnis.com/amp/read/20170328/15/640808/18-polres-dapat-nilai-sangat-baik-dari-kementerian-pan-rb>, diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.03 WIB). Dan di tahun 2018 ini Polres Bantul kembali mendapatkan penghargaan dari Kementerian PAN dan RB sebagai Polres dengan pelayanan publik terbaik se-Indonesia (Sumber:<http://bantul.sorot.co/berita-6665--pelayanan-publik-terbaik-polres-bantul-terima-penghargaan-nasional.html>, diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.08 WIB).

Berawal dari prestasi tersebut Humas Polres Bantul terus berupaya mempertahankan citra positif mereka salah satunya dengan menggunakan instagram untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya masyarakat di Kabupaten Bantul. Upaya mempertahankan citra positif Polres

Bantul melalui instagram tersebut disambut baik oleh masyarakat di Kabupaten Bantul. Hal tersebut dikarenakan di era media sosial ini masyarakat selalu menginginkan untuk mendapatkan informasi yang terbaru termasuk salah satunya informasi yang berhubungan dengan Polres Bantul.

Gambar.1

Instagram Polres Bantul



Sumber : <https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses 1

Oktober 2018 pukul 15.33 WIB

Dapat dilihat dari gambar tersebut saat ini jumlah pengikut akun instagram @polesbantuldiy sudah lebih dari 11.000 pengikut dan jumlah *postingannya* lebih dari 1.700 *postingan*. Awal mula akun instagram @polresbantuldiy ini dikelola bulan Januari 2017 lalu kurang aktif. Pada bulan Februari 2017 Humas Polres Bantul hanya menyampaikan informasi selama 9 hari dengan rentan waktu yang yang tidak menentu. Sehingga respon dari masyarakat pun kurang baik. Dihitung rata-rata dari 45 *postingan* di bulan

Februari 2017 tersebut jumlah *like postingan* instagram @polresbantuldiy hanya sekitar 15 *like* dan 1 komentar seharinya.

Akan tetapi, setelah satu tahun upaya Polres Bantul dalam mempertahankan citra positif mereka melalui pesan di instagram lebih meningkat. Dari yang tadinya hanya memposting selama 9 hari selama satu bulan, di bulan Februari 2018 menjadi 17 hari setiap bulannya. Respon masyarakat pun dapat dikatakan meningkat lebih baik. Dari 75 *postingan* akun @polresbantuldiy tersebut terdapat 75 *postingan* informasi dengan rata-rata jumlah *like* sebanyak 112 *like* dan 4 komentar positif atau masukan setiap harinya. Sementara untuk *postingan* video oleh Humas Polres Bantul rata-rata dilihat sebanyak 980 tayangan.

Berdasarkan latar belakang tentang bagaimana Humas Polres Bantul berupaya mempertahankan citra positif melalui instagram tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Media Sosial Instagram Akun @polresbantuldiy dalam Mempertahankan Citra Positif Polres Bantul”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diperoleh dari uraian latar belakang di atas yaitu “bagaimana strategi media sosial instagram akun @polresbantuldiy dalam mempertahankan citra positif Polres Bantul?”

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media sosial instagram akun @polresbantuldiy dalam mempertahankan citra positif Polres Bantul.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian *Public Relations* terkait strategi media sosial humas dalam mempertahankan citra positif melalui pesan di instagram. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan memberikan tambahan informasi khususnya mengenai strategi media sosial humas dalam mempertahankan citra positif melalui pesan di instagram.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Polres Bantul maupun Kepolisian Republik Indonesia agar dapat mempertahankan citra polisi yang sudah lebih positif melalui pesan di instagram.

D. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu merupakan tinjauan pustaka yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan acuan atau rujukan dalam melakukan

penelitian ini. Rujukan yang digunakan oleh peneliti adalah jurnal dan skripsi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sendiri maupun universitas lainnya.

Sebagai bahan telaah pustaka yang pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Reza Afriadi, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “*Strategi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta untuk Membentuk Citra Positif Polisi*”. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Reza Afriadi dengan peneliti yaitu obyek penelitian Reza Afriadi adalah strategi humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan obyek penelitian peneliti adalah strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta melalui instagram @polresbantuldiy. Subyek penelitian yang dilakukan oleh Reza adalah Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta. Sementara peneliti mengambil subyek Kepala Subbag Hubungan Masyarakat Polres Bantul dan *staff* pengelola akun instagram @polresbantuldiy.

Selain itu peneliti menggunakan teori media sosial, sedangkan Reza tidak menggunakan teori terebut. Sedangkan persamaan penelitian oleh Reza dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana citra polisi dan sifat penelitian yakni kualitatif. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Reza adalah Polda Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan Program *Quick Wins* dalam membentuk citra positif polisi.

Yang kedua adalah skripsi yang ditulis oleh Retno Wulan Dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta yang berjudul *“Peran Public Relations dalam Mempertahankan Citra Positif Kraton Surakarta”*. Latar belakang penelitian Retno tersebut berawal dari perebutan kekuasaan yang terjadi di Keraton Surakarta sejak tahun 2004 lalu sehingga diperlukan upaya untuk mempertahankan citra Keraton Surakarta itu sendiri. Perbedaan penelitian oleh Wulan dengan peneliti yaitu obyek kajiannya, yang mana Wulan meneliti tentang peran *Public Relations* Kraton Surakarta sedangkan obyek kajian peneliti adalah strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta melalui instagram @polresbantuldiy. Subyek dalam skripsi Wulan adalah Humas Kraton Surakarta sedangkan subyek peneliti adalah Kepala Subbag Hubungan Masyarakat Polres Bantul dan staff pengelola akun instagram @polresbantuldiy.

Sedangkan persamaan penelitian dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang citra instansi yang perlu dipertahankan dan meneliti dengan metode deskriptif kualitatif. Dari penelitian Wulan tersebut peran Humas Kraton Surakarta dalam mempertahankan citra adalah dengan cara menjalin kerja sama dengan elemen masyarakat, memberikan penjelasan dan juga menggelar *press release* serta memberikan kontribusi terkait persoalan di masyarakat.

Bahan telaah pustaka ketiga adalah jurnal dengan nama e-Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 3 Nomor 2 tahun 2015:15-29 yang ditulis oleh Muh.

Siswa R mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman dengan judul “*Penggunaan Youtube Sebagai Electronic Public Relations untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Tarumanegara*”. Beberapa perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Siswa dan peneliti antara lain terletak pada obyek kajian dan subyek kajiannya. Obyek penelitian Siswa adalah penggunaan *youtube* sedangkan peneliti adalah strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta melalui instagram @polresbantuldiy. Sedangkan subyek kajiannya, Siswa mengambil Kepala Humas dan Protokoler Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dan *staff* yang mengelola *channel* *Youtube* Humas Kukar dan Kontributor berita serta *website* resmi pemerintah, sementara peneliti mengambil subyek Kepala Subbag Hubungan Masyarakat Polres Bantul dan *staff* pengelola akun instagram @polresbantuldiy.

Persamaan secara umum penelitian Siswa dengan peneliti adalah kajiannya tentang citra instansi pemerintah dan humas di era media baru dan juga metodologi yang digunakan yakni deskriptif kualitatif. Dari penelitian Siswa tersebut diperoleh kesimpulan bahwa dalam penggunaan *youtube*, Pemerintah Kutai Tarumanegara memberikan konten yang memperhatikan kualitas isi pesan, keterbukaan informasi, dan penyebarluasan informasi.

Tabel.1
Matriks Perbedaan Telaah Pustaka

No.	Peneliti/Ins tansi	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil
1.	Reza Afriadi/UIN Sunan Kalijaga	Strategi Humas Polda DIY untuk Membentuk Cirra Positif Polisi	<ul style="list-style-type: none"> -Subyek penelitian Reza adalah Humas Polda DIY, sedangkan subyek peneliti yaitu Kasubag Humas Polres Bantul dan <i>Staff</i> pengelola akun instagram @polresbantuldiy -Tidak menggunakan teori Media Sosial - Menggunakan triangulasi sumber yang didasarkan pada kompetensi subjek riset 	<ul style="list-style-type: none"> - mengkaji tentang citra polisi - penelitian secara kualitatif 	Strategi Polda DIY adalah menggunakan program <i>QuickWins</i>
2.	Retno Wulan Dari/ Universitas Negeri Sebelas Maret	Peran <i>Public Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Positif Kraton Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> -Subyek Penelitian Retno adalah Humas Kraton Surakarta, sedangkan subyek peneliti yaitu Kasubag Humas Polres Bantul dan <i>Staff</i> pengelola instagram @polresbantuldiy -Obyek penelitian Retno adalah peran <i>public relations</i>, sedangkan obyek peneliti adalah strategi humas Polres Bantul dalam mempertahankan citra positif melalui instagram - Tidak menggunakan teori media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> -mengkaji tentang mempertahankan citra instansi - penelitian secara kualitatif 	Peran Humas Keraton Surakarta dalam mempertahankan citra adalah dengan cara menjalin kerja sama dengan elemen masyarakat, memberikan penjelasan dan juga menggelar <i>press release</i> serta memberikan kontribusi terkait persoalan di masyarakat
3.	Muh. Siswa R/ Universitas Mulawarman	Penggunaan Youtube Sebagai <i>Electronic Public Relations</i> untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Tarumangara	<ul style="list-style-type: none"> -Subyek penelitian Siswa adalah Kepala Humas dan Protokoler Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara dan <i>staff</i> yang mengelola <i>channel</i> Youtube HumasKukardanKontributorberita, sedangkan subyek peneliti adalah Kasubaghumas Polres Bantul dan <i>staff</i> pengelola instagram @polresbantuldiy -Media yang diteliti Siswa adalah Youtube, sedangkan peneliti menggunakan instagram - Siswa menggunakan teori <i>Electronic PR</i> sedangkan peneliti menggunakan teori media social 	<ul style="list-style-type: none"> -mengkaji tentang citra instansi pemerintah -penelitian secara kualitatif -penelitian terkait penggunaan media baru 	Penggunaan Youtube memberikan konten yang memperlihatkan kualitas isi pesan, keterbukaan informasi, dan penyebarluasan informasi.

Sumber : Olahan Peneliti

E. Landasan Teori

Pada bagian ini merupakan landasan teori tentang strategi media sosial instagram akun @polresbantuldiy dalam mempertahankan citra positif Polres Bantul dalam. Kata kunci pada landasan teori ini adalah *Public Relations*, Strategi *Public Relations* yang berdasarkan analisis SWOT, Media Sosial, Instagram dan Citra Perusahaan. Adapun landasan teori disusun sedemikian rupa dikarenakan satu teori dengan teori lainnya saling terkait dan saling melengkapi.

Keterkaitan tersebut seperti humas yang saat ini perlu mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial salah satunya instagram dalam mencapai citra yang baik. Untuk itu diperlukan strategi humas dalam mengelola instagram. Sebelum menyusun strategi tersebut humas harus memperhatikan batasan apa itu humas itu sendiri dan juga bagaimana karakteristik media sosial maupun instagram. Sehingga dengan penyusunan teori seperti ini dapat mempermudah untuk menganalisis penelitian ini. Berikut landasan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini :

1. *Public Relations*

Public Relations sering diartikan dengan kata hubungan masyarakat atau humas. Seorang *Public Relations* atau humas memiliki beberapa tugas dan fungsi yang penting dalam sebuah instansi dikarenakan *Public Relations* atau humas adalah alat yang dapat mempertahankan citra positif sebuah instansi melalui strategi lewat berbagai media.

Berbagai pendapat tentang *Public Relations* atau humas telah dikemukakan oleh para ahli. Para ahli yang bergabung dalam IPRA di Den Haag, Belanda menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini public; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu mendahului kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Betty, 2012:4). Sedangkan menurut *The British Institut of Public Relations*, humas adalah suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya (Morrisan, 2010:7).

Kemudian Jefkins juga mendefinisikan *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jeffkins, 2004:21). Sementara itu, menurut Cutlip-Center-Broom humas adalah usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter

yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan (Morissan, 2010:7).

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli tersebut peneliti menyimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang berupaya untuk membangun serta mempertahankan saling pengertian dan untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik yang dapat dilakukan dengan usaha terencana melalui komunikasi dua arah agar terjalin hubungan baik dengan masyarakat sehingga citra dapat mempertahankan citra positif instansi.

2. Strategi *Public Relations*

Strategi *Public Relations* merupakan rencana yang akan disusun oleh humas untuk menentukan sebuah program kerja yang akan dijalankan salah satunya untuk mempertahankan citra positif. Menurut Iriantara, strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sebuah taktik untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Iriantara, 2008:89).

Sementara itu Kasali menyebutkan bahwa strategi atau rencana jangka panjang merupakan pegangan untuk menyusun rencana teknis dan langkah komunikasi sehari-hari supaya dapat bertindak secara strategis, kegiatan PR harus menyatu dengan visi dan misi organisasi (dalam Syarifuddin dan Suryanto, 2016: 79-80). Selain Kasali, Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., pakar Humas dalam naskah workshop berjudul “*PR Strategy (1990)*” mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu

dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan, 2007: 134).

Dari berbagai pendapat tersebut peneliti menyimpulkan bahwa strategi merupakan rencana jangka panjang untuk menyusun langkah agar dapat bertindak strategis sesuai dengan fungsi dasar proses manajemen sehingga tujuan yang telah ditetapkan tercapai dengan baik. Kemudian peneliti menjabarkan strategi ke dalam sebuah strategi *Public Relations* yang didasarkan pada pendapat ahli.

Menurut Adnan Putra strategi *Public Relations* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relation* atau *public relations plan* (Ruslan, 2007: 134). Sementara itu Kasali menyebutkan bahwa strategi *public relations* adalah rencana jangka panjang yang menjadi pegangan bagi para praktisi PR untuk menyusun berbagai rencana teknis, langkah komunikasi yang akan diambil sehari-hari (Soemirat dan Ardianto, 2012:91). Adapun langkah-langkah PR dalam membuat rencana jangka panjang tersebut adalah sebagai berikut (Soemirat dan Ardianto, 2012:91) :

- a. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan.
- b. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara drastis.

c. Melakukan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis ini penting untuk PR dalam melakukan beberapa hal salah satunya terkait mempertahankan citra positif instansi.

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Strategi yang akan disusun oleh perusahaan atau instansi didasarkan pada *Strength* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan) apa saja yang dimiliki dan dengan dua hal tersebut *Opportunities*(Peluang)seperti apa yang akan diperoleh sehingga perusahaan juga dapat menentukan langkah untuk mengambil keputusan terhadap *Threats* (Ancaman) apa saja yang akan dihadapi. Menurut Rangkuti (2009:31-32) pejelasan mengenai analisis SWOT adalah sebagai berikut :

a. Strategi SO

Strategi SO ini merupakan strategi yang dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan atau instansi yang digunakan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ST ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi WO ini merupakan strategi dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut salah satu strategi yang dapat dirumuskan atau digunakan oleh suatu instansi untuk mempertahankan citra positif yaitu dengan strategi media sosial melalui pesan di instagram. Menurut Harwood Childs (dalam Ruslan, 2005: 54-55) strategi dalam merancang pesan antara lain :

a. *Strategy of publicity*

Strategi ini berkaitan dengan melakukan kampanye untuk penyebaran pesan (*message*) melalui proses publikasi suatu berita melalui kerja sama dengan media massa. Selain itu, dengan menggunakan taktik merekayasa suatu berita akan dapat menarik perhatian adaudiensi sehingga akan menciptakan publisitas yang menguntungkan. Kampanye terkait penelitian ini adalah bagaimana seorang *public relations* dapat mempertahankan citra instansi melalui publisitas dengan pemilihan media tertentu.

b. *Strategy of persuasions*

Untuk membujuk atau menggalang khalayak ke arah opini yang positif dapat melalui teknik sugesti atau persuasi. Teknik persuasi ini dilakukan untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi

emosional dari suatu cerita, artikel, atau *featuris* berlandaskan *humanity interest*.

c. *Strategy of argumentation*

Strategi argumentasi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan (*negative news*). Kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Dalam hal ini, kemampuan *public relations* sebagai komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui berita atau statemen yang dipublikasikan.

d. *Strategy of image*

Strategi pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga citra lembaga atau organisasi termasuk produknya. Misalnya tidak hanya menampilkan segi promosi, tetapi bagaimana menciptakan publikasi nonkomersial dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial (*Human relations and social marketing*) yang menguntungkan bagi lembaga atau organisasi secara keseluruhan.

3. Media Sosial

Teori media dan teori sosial merupakan cikal bakal dari lahirnya teori media sosial. Keduanya saling berkaitan. Secara sederhana Laughey dan McQuail dalam (Nasrullah, 2016: 3) menyebutkan bahwa istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi. Sedangkan menurut Durkheim

dalam (Nasrullah, 2016: 7) kata sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.

Berangkat dari kedua teori tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial menurut Van Djik (2013) dalam (Nasrullah, 2016: 11) adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Penguatan hubungan tersebut didasari atas terjadinya interaksi antar pengguna sehingga ke depannya akan tercipta hubungan yang baik.

a. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak berbeda jauh dengan karakteristik media baru. Adapun menurut Castells-Talalay Thurlow-Lengel-Tomic dalam (Nasrullah, 2016: 15-34) karakteristik media sosial yakni:

1) Jaringan (*Network*)

Kata ‘jaringan’ di sini dapat dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras lainnya.

2) Informasi (*Information*)

Penggunaan media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi

berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi suatu komoditas yang dikonsumsi dan didistribusikan sendiri oleh penggunanya.

3) Arsip (*Archive*)

Arsip di sini dapat dijelaskan sebagai dokumen atau informasi yang telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun pada media sosial.

4) Interaksi (*interactivity*)

Interaksi sendiri dapat didefinisikan sebagai proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi.

5) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Baudrillard (1994) (dalam Nasrullah, 2016) mengungkapkan bahwa simulasi merupakan kesadaran akan real di benak khalayak yang semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Sehingga realitas yang ada di media adalah ilusi, bukan cerminan dari realitas, sebuah penandaan yang tidak lagi mewakili tanda awal, tetapi sudah menjadi tanda baru. Simulasi ini terjadi di era industri yang tidak lagi mereproduksi dan memproduksi massal objek asal, tetapi telah menghasilkan objek baru dan identik.

6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Menurut Lister konten oleh pengguna merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Nasrullah, 2016).

Pada karakteristik ini khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut Jordan sebagai “*their own individualised place*”, tetapi juga mengkonsumsi konten yang di produksi oleh pengguna lain.

7) Penyebaran (*Share/ Sharing*)

Penyebaran merupakan proses pendistribusian dan pengembangan konten yang telah dihasilkan dan dikonsumsi oleh penggunanya. Proses penyebaran di sini dibagi menjadi dua jenis yakni melalui konten dan perangkat.

b. Manfaat Media Sosial

Adanya media sosial tentu membawa perubahan bagi kehidupan manusia. Tidak terkecuali untuk urusan pemerintahan. Manfaat media dalam pemerintahan dalam (Pratama, 2017: 37-41) adalah :

- 1) Pemerintah dapat berhubungan langsung dengan masyarakat dalam penyediaan pelayanan dasar misalnya administrasi kependudukan, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya.
- 2) Peningkatan efisiensi. Efisiensi yang dimaksud merujuk pada penghematan biaya komunikasi dan biaya administrasi berbasis *paperwork*.
- 3) Responsivitas dan responsibilitas pemerintah dapat secara cepat dilakukan dalam penyikapan berbagai masalah sosial

kemasyarakatan dengan bantuan media sosial yang memang dapat memangkas sekat-sekat birokratis.

4) Meningkatkan partisipasi dan perlibatan (*engagement*) masyarakat dalam kebijakan dan penyediaan pelayanan publik.

Berdasarkan uraian di atas terkait karakteristik media sosial, instagram telah memenuhi semua karakter sebagai media sosial. Selain itu instagram juga memiliki manfaat dalam instansi pemerintah daerah, salah satunya adalah untuk mempertahankan citra melalui konten-konten yang telah dipublikasikan, yang mana melalui publikasi konten tersebut antara pemerintah daerah dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui fitur-fitur pesan yang disediakan oleh instagram.

c. Instagram

Instagram mulai dikenal masyarakat pada tahun 2010. Semakin lama penggunanya semakin banyak. Saat ini penggunanya mencapai lebih dari 700 juta pengguna dari berbagai belahan dunia. Dikutip dari (Sumber: <https://scribd.com/mobile/document/170543124/The-Complete-Guide-to-Instagram>, diakses Sabtu 3 Februari 208 pukul 18.45 WIB)

definisi instagram yakni :

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan untuk mengambil dan berbagi gambar. Ini tersedia di iPhone, iPad Touch, dan *handphone* android. Pengguna mengabadikan gambar, memasang filter, dan membagikannya dengan pengikut mereka.

Dari definisi tersebut berarti instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki jangkauan luas, dan dapat digunakan untuk memproduksi konten sesuai keinginan pengguna. Tidak berbeda dengan

media sosial lainnya, instagram juga memiliki beberapa fitur yang bermanfaat bagi penggunanya salah satunya untuk organisasi dalam hal ini Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Beberapa fitur instagram tersebut antara lain :

1. Pengikut

Adalah salah satu fitur yang bertujuan untuk mengikuti akun seseorang di instagram sehingga antar pengguna dapat berinteraksi. Dengan fitur tersebut pengguna dapat mengetahui aktivitas yang telah dilakukan oleh akun lain yang telah diikuti (Sumber: <https://help.instagram.com/269765046710559>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.30 WIB).

2. Mengunggah Foto/Video

Pengguna instagram dapat mengunggah foto atau video melalui dua cara yakni melalui kamera yang tersedia pada instagram ataupun mengambil foto atau video yang ada di album foto di galeri *handphone* dengan memilih tombol berbentuk simbol *plus*. Jumlah maksimal foto yang dapat *diupload* dalam satu waktu maksimal 10 foto, dan untuk video durasi maksimal hanya 1 menit. Setelah mengunggah foto maupun video tersebut pengguna dapat menggunakan efek atau filter, keterangan, dan juga lokasi dimana pengguna mengambil foto atau video tersebut (Sumber: <https://help.instagram.com/442418472487929>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.36 WIB).

3. Kamera

Penggunaan kamera yang disimbolkan dengan tanda *plus* melalui instagram adalah untuk mengambil foto dan video dari dalam aplikasi instagram yang kemudian dapat kita bagikan di beranda instagram.(Sumber:<https://help.instagram.com/101229536737780?helpref=search&sr=1&query=Kamera>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.45 WIB).

4. Efek foto

Efek foto secara instan pada instagram terdiri dari beberapa jenis antara lain *clarendon*, *gingham*, *moon*, dan lain-lain. Selain itu pengguna juga dapat menggunakan menu pengaturan untuk mengedit foto sesuai keinginan seperti pengaturan perspektif foto, kecerahan, kontras,*vignet*, struktur, warna hangat, saturasi, warna, pudar, sorotan, ketajaman, miniatur, dan bayangan. (Sumber: <https://help.instagram.com/1424679781131460?helpref=search&sr=3&query=Efek%20foto>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.50 WIB).

5. Judul foto/*Captions*

Judul atau *captions* judul digunakan untuk memberikan nama atau keterangan pada foto yang akan diunggah sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna. Di judul foto ini pengguna dapat menambahkan tanda tagar atau *hastag*, menandai pengguna lain dan karakter kalimat pada judul foto ini cukup panjang bisa lebih dari 3 paragraf (Sumber:<https://help.instagram.com/236245819849257?helpref=search>

h&sr=1&query=Keterangan foto, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.01 WIB).

6. Arroba/*Mentions*

Fitur ini digunakan untuk menyebut seseorang di instagram. Untuk menyebut pengguna lain caranya dengan menambah tanda arroba(@) dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna tersebut tanpa memberikan spasi diantara tanda (@) dan nama pengguna. Tanda arroba (@) dalam instagram dapat digunakan untuk menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, komentar foto dan pada fitur *story* atau cerita yang telah dibuat, baik itu berupa gambar maupun video. Dengan menyebut seseorang maka orang tersebut akan mendapatkan pemberitahuan di menu kabar aktivitasnya (Sumber:[https://help.instagram.com/1422266748076581?helpref=search&sr=2&query=Menyebut pengguna](https://help.instagram.com/1422266748076581?helpref=search&sr=2&query=Menyebut%20pengguna), diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.12 WIB).

7. Tanda Tagar/*Hashtag*

Tanda tagar atau *hashtag* ini disimbolkan dengan tanda (#). Fungsi dari tanda tagar ini adalah untuk mengelompokkan konten yang diproduksi sebuah akun. Tanda tagar dapat digunakan di fitur instagram lainnya seperti pemberian judul foto, video maupun *story*. Dengan tanda tagar ini pengguna instagram akan lebih mudah untuk menemukan foto maupun video yang akan dicari dengan menuliskan hashtag diikuti dengan nama yang dicari

(Sumber:<https://help.instagram.com/777754038986618?helpref=search&h&sr=1&query=Hashtag>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.18 WIB).

8. Jejaring sosial

Maksud jejaring sosial adalah pengguna instagram dapat membagikan *posting*annya ke media sosial lain yang terhubung pada akun instagramnya seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain. Pengguna dapat berbagi foto begitu mudahnya dengan mengatur hubungan antara Instagram dan jejaring sosial pengguna (Diamond, 2015: 300).

9. Tanda suka

Fungsi tanda suka adalah untuk menunjukkan bahwa pengguna lain menyukai foto maupun video yang telah diunggah. Tanda suka tersebut dilambangkan dengan bentuk hati. Pengguna dapat menggunakan tanda *like* tersebut dengan mengetuk dua kali pada foto yang disukai dan untuk membatalkan menyukai kiriman pengguna lain dilakukan dengan mengetuk lagi simbol berbentuk hati tersebut. Jika foto pengguna mendapat banyak *like* dari pengguna lainnya, foto tersebut nanti akan muncul di bagian fitur populer.

(Sumber:<https://help.instagram.com/107009073121923?helpref=search&h&sr=5&query=Tanda%20suka>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.27 WIB).

10. Komentar

Sebagai layanan jejaring sosial instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di instagram dapat di komentar di kolom komentar. Kolom komentar ini memungkinkan pengguna menyampaikan pesan atau pendapat mengenai sebuah foto atau video yang telah dibagikan pengguna lain. Kolom komentar ini juga dapat dinonaktifkan jika pengguna tidak berkenan untuk dikomentari. (Sumber:<https://help.instagram.com/search/?query=Komentar>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.32 WIB).

11. Stiker

Ketika pengguna mengunggah foto ataupun video di fitur *story* atau cerita dalam instagram, maka foto tersebut nantinya dapat diberikan tambahan stiker dengan memilih menu di bagian atas fitur *story* dengan logo *emoticon smile*. Stiker tersebut bisa berupa stiker musik, stiker jajak pendapat atau stiker *slider emoji*, lokasi, dan stiker tagar(Sumber:<https://help.instagram.com/151273688993748?helpref=search&sr=1&query=Stiker>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.39 WIB).

12. Cerita/ *Story*

Cerita adalah fitur yang dapat digunakan untuk membagikan foto dan video dengan pengikut pengguna yang dapat diberikan efek seperti *boomerang*, *video mundur*, *handsfree*, *superzoom*, dan *stopmotion*. Foto maupun video yang akan dibagikan dapat diambil dari

perangkat HP ataupun dari dalam aplikasi yang ada di instagram langsung. Cerita akan menghilang dari profil dan kabar berita pengguna setelah 24 jam. Akan tetapi jika pengguna ingin cerita yang dibuat tetap ada dan tidak menghilang maka pengguna dapat menambahkannya ke dalam menu sorotan yang tersedia pada fitur *story* tersebut (Sumber: <https://help.instagram.com/1257341144298972?helpref=search&sr=4&query=Story>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.44 WIB).

13. Pesan *Direct*

Fitur ini dapat digunakan menandai pengguna lain terhadap cerita yang telah kita buat. Cerita ini nantinya akan masuk pada bagian pesan *direct* pengguna lain dan akan menghilang setelah 24 jam (Sumber: <https://help.instagram.com/188382041703187?helpref=search&sr=7&query=Pesan%20direct>, diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.55 WIB).

14. Video Siaran Langsung

Video siaran langsung ini merupakan sebuah video yang dapat kita buat layaknya sedang dalam rekaman dengan durasi yang lebih lama daripada video pada fitur cerita. Pengguna lain dapat berinteraksi melalui kolom komentar yang dapat terbaca langsung oleh pengguna yang sedang melakukan siaran langsung. Atau jika kita tidak ingin mendapatkan komentar maka kita dapat menonaktifkannya dengan menekan simbol titik-titik. Selain itu pengguna juga dapat melakukan siaran langsung bersama dengan pengguna lainnya. Setelah siaran

langsung berakhir, siaran tidak dapat lagi dilihat di aplikasi, kecuali jika kita membagikan pemutaran ulang siaran itu ke menu cerita atau *story*(Sumber:[https://help.instagram.com/292478487812558?helpref=search&sr=5&query=Video siaran langsung](https://help.instagram.com/292478487812558?helpref=search&sr=5&query=Video%20siaran%20langsung), diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 21.05 WIB).

Berbagai fitur yang tersedia dalam instagram ini sesuai untuk memenuhi kebutuhan humas di era media baru, dalam hal ini instansi maupun perusahaan swasta untuk memproduksi konten kehumasan yang telah dibuat serta berkomunikasi dengan masyarakat baik melalui kolom komentar maupun pesan *direct*. Adanya fitur tersebutlah yang nantinya akan menimbulkan respon atau *feedback* dari masyarakat sehingga citra suatu instansi akan terlihat tetap positif.

4. Citra Perusahaan

Dari beberapa jenis citra, pada penelitian ini yang akan digunakan adalah citra perusahaan. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini mencakup pandangan keseluruhan masyarakat mengenai lembaga. Sebelum memasuki citra perusahaan kita perlu mengetahui terlebih dahulu apa itu citra. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi serta prestasi yang hendak dicapai bagi dunia kehumasan atau *public relations*. Beberapa ahli mencoba memberikan pengertian tentang citra secara berbeda. Menurut Bill Canton dan Sukatendel (1990) dalam (Soemirat dan Ardianto, 2005: 111-112) mengatakan bahwa :

“image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a concioussly created created imprrssion of an object, person or organization”.(Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja, diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).

Sementara Frank Jeffkins menyatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Jeffkins:2004). Dari pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwacitra merupakan kesan atau gambaran yang diciptakan dari suatu obyek sebagai hasil pengalamannya.

Citra perusahaan menurut Jeffkins adalah citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Terbentuknya citra perusahaan ini didasari oleh beberapa hal seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset. Suatu citra perusahaan yang positif jelas menunjang usaha PR keuangan contohnya suatu badan usaha yang memiliki citra perusahaan positif pasti lebih mudah menjual sahamnya.

F. Kerangka Berpikir

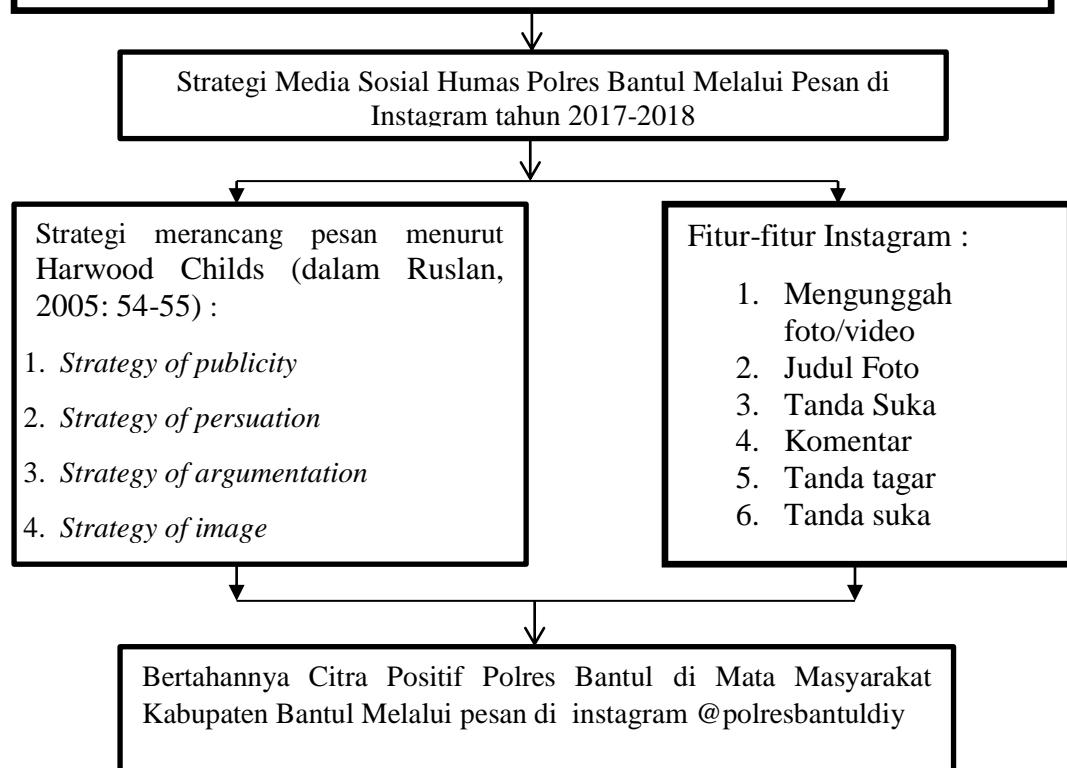
Selain membentuk citra yang positif, humas juga harus mampu untuk mempertahankan citra suatu organisasi. Untuk mempertahankan citra, sebuah organisasi diperlukan sebuah strategi yang dianggap tepat agar dapat tepat sasaran. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan citra

adalah dengan mengolah pesan yang akan disampaikan ke publik melalui media salah satunya melalui instagram. Humas Polres Bantul merupakan salah satu instansi yang telah mengikuti perkembangan zaman. Citra atau pandangan masyarakat terkait Polres Bantul dapat dikatakan positif dengan beberapa prestasi yang telah diraih dan pemberitaan media yang berlangsung positif. Oleh karena itu Polres Bantul berupaya untuk mempertahankannya, salah satunya dengan menggunakan instagram. Dari uraian tersebut peneliti menggambarkannya dalam sebuah kerangka berpikir sebagai berikut :

Bagan.1

Kerangka Berpikir

Polres Bantul memiliki prestasi yang diperoleh dari Kemenpan-RB sejak 2016 hingga 2018 sebagai Polres terbaik se-Indonesia sehingga membuat citra mereka positif. Oleh karena itu Polres Bantul berupaya mempertahankannya melalui penyampaian informasi di akun instagram @polresbantuldiy.



(Sumber : Olahan Peneliti)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin (1997) (dalam Ruslan, 2008 :214-215) metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantitatif lainnya. Penelitian kualitatif ini dapat dipergunakan untuk penelitian kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan-pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan dalam keluarga (Ruslan, 2008 :214-215).

Salah satu jenis penelitian kualitatif adalah dengan cara deskriptif. Cara ini biasanya bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu (Kriyantono, 2006: 69). Pada penelitian ini nantinya akan digambarkan fakta-fakta tentang strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mempertahankan citranya melalui instagram @polresbantuldiy

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subjek merupakan pihak atau orang yang digunakan sebagai dampel dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memperoleh subjek penelitian. Sehingga dengan teknik tersebut peneliti memilih subjek

Kepala Subbag Hubungan Masyarakat Polres Bantul dan *staff* pengelola akun instagram @polresbantuldiy.

b. Objek Penelitian

Objek merupakan sesuatu yang dikaji dalam sebuah penelitian, sementara subjek adalah orang yang menjadi narasumber dalam sebuah penelitian. Objek pada penelitian ini adalah strategi media sosial Humas Polres Bantul DIY dalam mempertahankan citra positif melalui pesan di instagram @polresbantuldiy.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Menurut Bungin (2001: 128) data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan. Data primer merupakan data utama yang digunakan dalam sebuah penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari observasi saat magang di Polres Bantul 20 September sampai dengan 20 November 2017 lalu serta wawancara dengan Kepala Subbag Humas Polres Bantul dan *staff* yang mengelola akun intagram @polresbantuldiy serta pengumpulan data dari akun instagram @polresbantuldiy.

2) Data Sekunder

Pengertian data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2001: 128). Data

sekunder merupakan data pelengkap yang melengkapi data primer yang telah dikumpulkan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data dari internet dan juga wawancara dengan beberapa masyarakat yang ada di daerah Kabupaten Bantul.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ilmiah terdiri dari 4 teknik yaitu observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi (Susanto, 2006:125). Akan tetapi pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan 3 teknik dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan pokok persoalan yang akan dikaji. Metode tersebut antara lain :

1) Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data melalui pengamatan dan pengindraan. Beberapa kriteria metode observasi antara lain pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara serius, berkaitan dengan tujuan penelitian, dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsi umum, serta pengamatan harus dapat dicek dan dikontrol mengenai keabsahannya (Bungin, 2007: 115).

2) Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung yang mana wawancara ini untuk memperoleh data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab tatap muka

antara pewawancara dengan responden atau informan (Susanto, 2006: 128). Proses wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara terarah. Adapun tujuan wawancara terarah tersebut adalah untuk memperoleh data sedetail mungkin dan tetap pada fokus penelitian serta tidak melebar kemana-mana.

3) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Susanto, 2006: 136). Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang dapat digunakan untuk melengkapi kekurangan data yang telah diperoleh sebelumnya. Beberapa dokumen sebagai sumber informasi tersebut antara lain seperti foto-foto atau video yang telah dipublikasikan di akun instagram @polresbantuldiy, majalah internal, *webiste* Polres Bantul dan artikel-artikel dari internet.

4. Teknik Analisis Data

Menganalisis data dapat dilakukan dengan beberapa tahapan, dalam (Kriyantono, 2006: 193) disebutkan bahwa tahapan analisis data tersebut antara lain :

a. Pengumpulan data di lapangan

Pengumpulan data merupakan sebuah proses untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara ke beberapa sumber

terkait dengan strategi media sosial Humas Polres Bantul DIY dalam mempertahankan citra melalui pesan di instagram @polresbantuldiy.

b. Klasifikasi Data

Klasifikasi data dilakukan untuk mengelompokkan mana data yang digunakan dan tidak digunakan disesuaikan dengan kajian penelitian terkait strategi media sosial Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mempertahankan citra melalui pesan di instagram @polresbantuldiy.

c. Kesimpulan/Pemaknaan

Penarikan kesimpulan dilakukan setelah dilakukan analisis data yang telah dikumpulkan dan diklasifikasi atau dipilah sesuai dengan kebutuhan penelitian.

5. Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan proses untuk menguji keabsahan data dengan cara membandingkan data atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Ruslan, 2008 : 234). Adapun langkah yang akan dilakukan yaitu (Gunawan, 2016: 219) :

- a. Membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan dengan umum dengan yang dikatakan secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, dan orang berbeda dengan orang pemerintah.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini yakni strategi Humas Polres Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dalam mempertahankan citra positif melalui instagram, peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Strategi yang secara umum digunakan oleh Humas Polres Bantul adalah keterbukaan informasi publik yaitu dengan menyampaikan berita positif terkait keberhasilan Polres Bantul.
2. Strategi tersebut diimplementasikan ke dalam pesan melalui intagram dengan menampilkan konten-konten seperti kegiatan PAM, ungkap kasus, sosialisasi, kegiatan sosial (CSR), kegiatan penyuluhan, *press realese (Media Relations)* menyesuaikan pada aturan Undang-Undang Pers.
3. Pesan yang dipublikasikan tersebut diupload setiap hari saat jam kerja dengan menampilkan lebih dari satu foto maupun video. Pengelolaannya untuk merespon tanggapan masyarakat juga sesuai aturan dengan memfilter pertanyaan yang perlu dijawab dan tidak dijawab. Pertanyaan yang perlu dijawab seperti tentang SIM dan yang tidak dijawab adalah pertanyaan yang tidak jelas dan menimbulkan *hoax*.
4. Fitur-fitur yang digunakan disesuaikan dengan aturan dan dikembangkan dengan mengikuti tren yang ada agar foto yang

dipublikasikan dapat naik ke menu popular. Adapun fitur yang paling terlihat adalah mengunggah foto/video, judul foto, tanda suka , tanda tagar, komentar dan pesan *direct*.

Selain itu peneliti juga menyimpulkan bahwa dengan penerapan strategi tersebut Humas Polres Bantul berhasil mempertahankan citra positif mereka.

B. SARAN

Sebagai garda terdepan instansi, Humas Polres Bantul perlu memperbaiki SDM di dalamnya, terlebih dalam mengelola instagram. Hal tersebut dikarenakan apa yang dipublikasikan di instagram kurang menarik dan kurang sesuai contohnya seperti publikasi foto yang tanpa keterangan. Foto yang dipublikasikan tanpa keterangan akan membuat masyarakat bingung melihat informasi apa sebenarnya yang akan disampaikan oleh Humas Polres Bantul. Selain itu Humas Polres Bantul sebaiknya memanfaatkan semua fitur-fitur yang ada untuk kepentingan Humas Polres Bantul dalam mempertahankan citra positif. Dan untuk mempertahankan citra positifnya humas Polres Bantul harus berusaha lebih keras dalam menyampaikan pesan sebagai bentuk keterbukaan informasi sehingga masyarakat akan menaruh kepercayaan kepada mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab :

Al-Qur'an Indonesia

Buku :

Betty. 2012. *Humas Pemerintah*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Diamond, Sthephani. 2008. *The Visual Marketing Rvolution : 26 Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Salemba

Gassing, Syarifuddin & Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Iriantara, Yosal. 2008. *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Jefkins, Frank., Yadin Daniel. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Morissan. 2010. *Manajemen Public Relation Strategi menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencanna.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Pratama, Budy. 2017. *Citra Pemerintah di Era Digital Tipologi dan Manajemen Reputasi*. Yogyakarta: Gava Media.

Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis SWOT : *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategisunuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia.

Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2008. *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Soemirat, Soleh., Ardianto, Elvinaro. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Soemirat, Soleh., Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Susanto. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press.

Jurnal dan Skripsi

Afriadi, Reza. 2010. Skripsi *Strategi Humas Polda DIY untuk Membentuk Citra Positif Polisi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Wulan Dari, Retno. 2009. Skripsi *Peran Public Relations dalam Mempertahankan Citra Positif Kraton Surakarta*. Surakarta: Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta

R.Siswa, Muh. 2015. Jurnal (eJurnal Ilmu Komunikasi Volume 3 Nomor 2 tahun 2015:15-29). *Penggunaan Youtube Sebagai Electronic Public Relations untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Tarumanggara*. Kalimantan: Universitas Mulawarman

Internet :

<http://quran-id.com>

<https://kejaksaan.go.id/upldoc/produkhhkm/UU>. Diakses pada 28 Januari 2018 pukul 08.00 WIB

<http://tribratanews.polri.go.id/?p=1549>. Diakses pada Sabtu 17 Februari 2018 pukul 13.24 WIB)

https://www.google.co.id/amp/m.bisnis.com/amp/read/20170328/15/640808/18po_lres-dapat-nilai-sangat-baik-dari-kementerian-pan-rb. Diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.03 WIB

<http://bantul.sorot.co/berita-6665--pelayanan-publik-terbaik-polres-bantul-terima-penghargaan-nasional.html>. Diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.08 WIB

<https://help.instagram.com/269765046710559>. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.30 WIB

<https://help.instagram.com/442418472487929>. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.36 WIB

https://help.instagram.com/101229536737780?helpref=search&sr=1&query=Kam_era. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.45 WIB

https://help.instagram.com/1424679781131460?helpref=search&sr=3&query=Efe_kfoto Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 19.50 WIB

https://help.instagram.com/236245819849257?helpref=search&sr=1&query=Kete_ranganfoto Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.01 WIB

https://help.instagram.com/1422266748076581?helpref=search&sr=2&query=Me_nyebutpengguna Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.12 WIB

https://help.instagram.com/777754038986618?helpref=search&sr=1&query=Hast_ag. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.18 WIB

https://help.instagram.com/107009073121923?helpref=search&sr=5&query=Tan_dasuka Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.27 WIB

<https://help.instagram.com/search/?query=Komentar>. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.32 WIB

https://help.instagram.com/151273688993748?helpref=search&sr=1&query=Stik_er. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.39 WIB

https://help.instagram.com/1257341144298972?helpref=search&sr=4&query=Sto_ry. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.44 WIB

https://help.instagram.com/188382041703187?helpref=search&sr=7&query=Pesa_ndirect. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 20.55 WIB

https://help.instagram.com/292478487812558?helpref=search&sr=5&query=Vide_osiaranlangsung. Diakses Sabtu, 3 Februari 2018 pukul 21.05 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/>. Diakses pada Jumat tanggal 16 Februari 2018 pukul 16.00 WIB

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/7327/Peran-public-relations-dalam-mempertahankan-citra-positif-Kraton-Surakarta>, Diakses ada Jum'at 2 Februari 2018 pukul 07.00 WIB

[http://ejurnal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/04/JURNAL%20\(04-09-15-03-08-13\).pdf](http://ejurnal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/04/JURNAL%20(04-09-15-03-08-13).pdf). Diakses ada Jum'at 2 Februari 2018 pukul 07.30 WIB

<https://scribd.com/mobile/document/170543124/The-Complete-Guide-to-Instagram>. Diakses Sabtu 3 Februari 2018 pukul 18.45 WIB

<http://www.tribratanewsbantul.com/2016/02/visi-dan-misi-polres-bantul.html>
diakses Senin 2 April 2018 pukul 7.18 WIB)

<http://www.panggungharjo.desa.id/> diakses Senin 2 April 2018 pukul 07.15 WIB)

http://jogja.polri.go.id/polres_bantul/website/arti-lambang/. diakses hari Sabtu 16 Desember 2017 pukul 15.45 WIB)

<http://jogja.polri.go.id/website/polres-bantul/>. diakses hari Sabtu 16 Desember 2017 pukul 16.00 WIB)

<http://humaspolresbantul.blogspot.co.id/2012/08/6-tips-aman-di-jalan-raya.html>
diakses Kamis 12 April pukul 9.55 WIB

<https://www.google.co.id/amp/s/humaspolresbantul.wordpress.com/2012/05/07/subbag-humas-polres-bantul/amp/> diakses Minggu 1 April 2018 pukul 16.05 WIB)

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.00 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.05 WIB

https://www.instagram.com/p/BPbprnsht4H/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=198i82mzsq4o6 diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.09 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses pada Senin 2 Juli 2018 pukul 08.15 WIB

https://www.instagram.com/p/BepKADhB_8i/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=ynxql1hx3a2a diakses pada Senin 2 Juli 2018 pukul 08.19 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.22 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.24 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Senin 2 Juli 2018 pukul 08.25 WIB

https://www.instagram.com/p/Bi8suSqlLNA/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1ffsl33rwhtjk diakses pada Senin 2 Juli 2018 pukul 08.30 WIB

https://www.instagram.com/p/BY0QNqHBDmi/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=8pnllb9a0yww diakses pada Senin 2 Juli 2018 pukul 08.36 WIB

https://www.instagram.com/p/BhF5YqpBTo/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=9f3uqi5hfndj diakses pada Senin 2 Juli 2018 pukul 08.41

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses pada Selasa 3 Juli 2018 pukul 09.15 WIB

https://www.instagram.com/p/BTDh8zIhdm/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=rnz3mgbqnygu diakses pada Selasa 3 Juli 2018 pukul 09.20 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses pada Selasa 3 Juli 2018 pukul 09.35 WIB

https://www.instagram.com/p/BlpBD2qFPCc/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=122ebhsnj1t0 diakses Selasa 3 Juli 2018 pukul 09.40 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses Rabu 4 Juli 2018 pukul 09.05 WIB

https://www.instagram.com/p/BkFJfY9FIVI/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=32baame9p9i0 diakses Rabu 4 Juli 2018 pukul 09.38 WIB

https://www.instagram.com/p/Blo_VjwFXE0/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1x6dyaz6bfff diakses Rabu 4 Juli 2018 pukul 09.50 WIB

https://www.instagram.com/p/BlpBD2qFPCc/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=11mosnwczmnvd diakses Rabu 4 Juli 2018 pukul 10.04 WIB

https://www.instagram.com/p/BcCNjsPBvnj/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1cygjmik5eiz diakses Rabu 4 Juli 2018 pukul 10.14 WIB

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3564956/instagram-kantongi-1-miliar-pengguna-di-seluruh-dunia> diakses Minggu, 28 Oktober 2018 pukul 09.01 WIB

<https://kejaksaan.go.id/upldoc/produkkm/UU> diakses pada 28 Januari 2018 pukul 08.00 WIB

<https://www.google.co.id/amp/m.bisnis.com/amp/read/20170328/15/640808/18-polres-dapat-nilai-sangat-baik-dari-kementerian-pan-rb> diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.03 WIB

<http://bantul.sorot.co/berita-6665--pelayanan-publik-terbaik-polres-bantul-terima-penghargaan-nasional.html> diakses pada Sabtu 3 Februari 2018 pukul 08.08 WIB

<https://www.instagram.com/polresbantuldiy/> diakses 1 Oktober 2018 pukul 15.33 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses 6 November 2018 pukul 15.30 WIB

Lampiran

Interview Guide

Kasubag Humas Polres Bantul

1. Bagaimana strategi Humas Polres Bantul dalam mempertahankan citra positif?
2. Strategi apakah yang digunakan dari keempat strategi berikut: *strategy of publicity, strategy of persuasions, strategy of argumentations* dan *strategy of image*?
3. Dari *strategy of publicity, strategy of persuasions, strategy of argumentations* dan *strategy of image* seperti apakah implementasi strategi tersebut?
4. Media sosial apa sajakah yang digunakan Humas Polres Bantul dalam mempertahankan citra positif?
5. Sejak kapan Humas Polres Bantul menggunakan instagram?
6. Apa yang melatarbelakangi penggunaan instagram di Humas Polres Bantul?
7. Apakah ada aturan khusus dari Polda DIY terhadap pengelolaan akun instagram @polresbantuldiy?
8. Bagaimana pengelolaan akun instagram @polresbantuldiy saat ini?
9. Bagaimana konten yang dipublikasikan di di instagram @polresbantuldiy?

Staff Pengelola Instagram

1. Bagaimana pengelolaan akun instagram @polresbantuldiy dalam rangka mempertahankan citra positif?

2. Adakah link yang tersambung pada akun instagram @polresbantuldiy? Jika ada, apakah tujuan penyambungan link tersebut?
3. Fitur instagram apakah yang digunakan Humas Polres Bantul dalam pengelolaan instagram? Mengapa fitur tersebut yang digunakan?
4. Bagaimana intensitas penggunaan instagram @polresbantuldiy?
5. Apa saja konten yang dipublikasikan pada akun instagram @polresbantuldiy?
6. Mengapa konten yang dipublikasikan sedemikian rupa?
7. Apakah konten tersebut merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan citra?
8. Bagaimana respon masyarakat di kolom komentar akun instagram @polresbantuldiy? Apakah positif/negatif?
9. Apakah anda sebagai pengelola menanggapi komentar tersebut? Mengapa anda menanggapi/tidak menanggapi?
10. Bagaimana koordinasi dengan bagian atau satuan lain dalam proses pembuatan konten yang akan dipublikasikan diinstagram @polresbantuldiy?

Ahli/Humas Amikom

1. Apakah fungsi humas secara umum?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh humas untuk mempertahankan citra positif sebuah instansi?

3. Apakah dengan memberikan informasi positif sebuah instansi kepada masyarakat dapat dikatakan sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan citra positif?
4. Strategi apa sajakah yang digunakan dari keempat strategi berikut, *strategy of publicity, strategy of persuasions, strategy of argumentations* dan *strategy of image* dalam mempertahankan citra positif?
5. Bagaimana implementasi keempat strategi tersebut ke dalam sebuah konten yang diproduksi di instagram?
6. Media sosial apa sajakah yang digunakan instansi dalam mempertahankan citra yang sudah lebih positif?
7. Apakah alasan dari pemilihan media sosial sebagai salah satu strategi dalam mempertahankan citra positif?
8. Sejak kapan sebuah instansi harus menggunakan instagram?
9. Mengapa digunakan saat itu? Adakah aturan khususnya?
10. Apa yang melatarbelakangi penggunaan akun instagram tersebut untuk sebuah instansi?
11. Apakah salah satu tujuan penggunaan instagram tersebut adalah untuk mempertahankan citra positif sebuah instansi?
12. Bagaimana intensitas penggunaan akun instagram yang ditetapkan oleh sebuah instansi?
13. Fitur apa sajakah yang harus digunakan dalam publikasi di instagram?
14. Konten yang seperti apa yang harus dipublikasikan di instagram?

15. Apakah konten tersebut merupakan strategi dalam mempertahankan citra positif sebuah Instansi ?
16. Bagaimana pengelolaan akun instagram di instansi secara umum?

Masyarakat

1. Apakah anda memiliki akun instagram?
2. Seberapa sering anda menggunakan instagram?
3. Apakah anda mengikuti/memfollow akun instagram @polresbantuldiy?
4. Mengapa anda mengikuti/memfollow akun instagram @polresbantuldiy?
5. Konten apa saja yang sering anda lihat yang dipublikasikan oleh akun instagram @polresbantuldiy?
6. Bagaimana pendapat anda terkait konten yang dipublikasikan di akun instagram @polresbantuldiy?
7. Mengapa demikian?
8. Bagaimana respon anda terkait konten yang anda lihat di akun instagram @polresbantuldiy?
9. Apakah yang dipublikasikan tersebut sesuai dengan kenyataan dilapangan?
10. Secara keseluruhan, apa tanggapan anda tentang Polres Bantul?

LAMPIRAN
FOTO WAWANCARA



Wawancara Kasubag Humas Polres bantul AKP Sulistianingsih



Wawancara Staff Pengelola Instagram Bripka Maryono



Wawancara Ahli (Direktur Humas dan Urusan Internasional Universitas Amikom Yogyakarta) Erik Hadi Saputra



Wawancara Informan Nahyaturrofi'ah



Wawancara Informan Vinda Fransisca



Wawancara Informan Syifa Lintang Khaerunisa

CURRICULUM VITAE

DATA DIRI



Nama : Rusti Nur Anggraini

Tempat, tanggal lahir : Bantul, 14 Januari 1996

Status Perkawinan : Belum Menikah

Jenis Kelamin : Perempuan

BB/TB : 47/150

Agama : Islam

Alamat : Sobayan Mredo Bangunharjo Sewon Bantul Yogyakarta

Phone : 087712377230

Email : achiva.tie@gmail.com

PENDIDIKAN

- TK PERTIWI 57 2001-2002
- SD NEGERI JURUG 2002-2008
- SMP NEGERI 2 SEWON 2008-2011
- SMA NEGERI 1 SEWON 2011-2014
- UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA 2014-2018

شهادة
اختبار كفاءة اللغة العربية
الرقم: UIIN.02/L4/PM.03.2/6.73.0/2018

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Rusti Nur Anggraini
تاريخ الميلاد : ١٤ يناير ١٩٩٦

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٩ مايو ٢٠١٨، وحصلت على
درجة :

٣٤	فهم المسموع
٢٩	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢١	فهم المقروء
٢٨٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوجاكرتا، ٩ مايو ٢٠١٨

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٥



SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/2.73-17.76/2017

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada
Nama : Rusti Nur Anggraini
NIM : 14730060
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	85	B
2.	Microsoft Excel	40	E
3.	Microsoft Power Point	100	A
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	81.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

MINISTERI YOGYAKARTA, 23 Februari 2017



Standar Nilai:		
Nilai	Angka	Huruf
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang

Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.
NIP. 19820511 200604 2 002



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.0/2018

This is to certify that:

Name : **Rusti Nur Anggraini**
Date of Birth : **January 14, 1996**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **May 08, 2018** by Center for Language Development of State Islamic
University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	41
Structure & Written Expression	37
Reading Comprehension	46
Total Score	413

Validity: 2 years since the certificate's issued



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005

