

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @divisihumaspolri Sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat

Citra Eka Putri¹, Hamsinah², Nadia Arsyilla³

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia
arsyillanadia7@gmail.com

Abstract – *The National Police utilizes sosial media, one of which is Instagram, as a public relations work unit at the National Police to provide the latest information to the public, especially with Polri public service advertisements and other information. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques used namely observation, interviews and documentation as one way to collect data in research on the use of sosial media Instagram as a promotional medium for public service advertisements. The aim of this research is to find out how the sosial media Instagram @divisihumaspolri is used as a promotional medium for public service advertisements. The results of this research show that Instagram sosial media has many benefits for the National Police's public relations work activities. The use of Instagram sosial media carried out by the National Police Public Relations Division has gone well and is being utilized as well as possible by the National Police Public Relations Division which contains public service advertisements, activities carried out by the National Police and other additional information which is provided through one of the official media accounts. The National Police Public Relations Division's sosial media, namely Instagram.*

Keywords: *National Police, Sosial Media, Instagram, Public Service Announcement*

Abstrak – Polri memanfaatkan media sosial salah satunya instagram sebagai satuan kerja humas di Polri untuk memberikan informasi terbaru kepada masyarakat khususnya dengan iklan layanan masyarakat Polri maupun informasi lainnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data pada penelitian pemanfaatan media sosial instagram sebagai media iklan layanan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial instagram memiliki banyak manfaat bagi kegiatan kerja humas Polri. Pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri telah berjalan dengan baik dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh Divisi Humas Polri yang berisikan tentang iklan layanan Masyarakat, kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh Polri dan informasi tambahan lainnya yang diinformasikan melalui salah satu akun resmi media sosial Divisi Humas Polri yaitu instagram.

Kata Kunci: Polri, Media Sosial, Instagram, Iklan Layanan Masyarakat

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan zaman yang pesat, teknologi dan media mengalami kemajuan yang signifikan. Pada masa kini, informasi untuk kepentingan umum tidak hanya terpaku pada sarana cetak seperti koran, majalah, atau spanduk. Iklan layanan masyarakat kini telah merambah ke media seperti radio, televisi, bahkan internet, khususnya melalui media sosial.

Iklan layanan masyarakat bertujuan menyampaikan pesan-pesan sosial dengan maksud untuk menggugah kesadaran masyarakat terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mereka. Sebagai contoh, Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) aktif memanfaatkan kemajuan teknologi dan media dengan secara rutin mempublikasikan iklan layanan masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram.

Divisi Humas Polri menggunakan akun Instagram mereka sebagai platform untuk menampilkan iklan layanan masyarakat, dengan tujuan memperluas jangkauan dan mencapai lebih banyak orang. Hal ini mencerminkan upaya Polri dalam pemanfaatan teknologi dan media untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat. (Ramdoni et al., 2021).

Dalam penyaluran informasinya, publikasi/pemasaran Polri sering ditemui dalam beberapa bentuk media seperti, media pemerintah, media nasional, bahkan pada era digital saat ini, perkembangan teknologi berkembang pesat, media sosial individu masyarakat dengan pengikut banyak pun telah menjadi media.

Media Polri juga dalam rangka pemantapan komunikasi publik yang menjadi salah satu program prioritas Kepala Kepolisian Republik Indonesia (KaPolri). Divisi Humas Polri memiliki akun resmi yang telah menjadi media Divisi Humas Polri untuk memberikan informasi Polri yang terkini dan aktual (Polri, 2023).

Media sosial telah menjadi sarana dalam menyebarkan informasi secara langsung kepada masyarakat, dan media sosial terus berkembang secara pesat. Saat ini pemanfaatan sosial media menjadi sangat signifikan, mendorong masyarakat untuk menjadi lebih kreatif dalam memanfaatkan fasilitas pada sosial media yang terus berkembang. Kini sosial media menjadi medium setiap orang, salah satu wujudnya adalah, dapat menciptakan karya kreatif, sebagai media pemasaran UMKM, sebagai portfolio, dan kemudahan menjalankan sebuah komunikasi.

Keberadaan teknologi ini sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi dan berkomunikasi telah dipermudah oleh aplikasi aplikasi seperti Instagram, Twitter, Facebook, WhatsApp, dan sejenisnya memberikan kemudahan akses dan interaksi (Nurhadi & Kurniawan, 2017). Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan merepresentasikan penggunanya diri dan untuk melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Demikian pula, Polri juga memiliki sosial media untuk saluran informasinya, sebagai pemanfaatan pemberitaan terkait Polri seperti di Website Polri, platform digital twitter, facebook, dan instagram.

Pembaruan informasi dari Polri sering dilakukan untuk memberikan informasi terbaru seputar aktivitas Polri, dan informasi iklan masyarakat yang bertujuan untuk edukasi, peringatan, himbauan, dan informasi terbaru seputar Polri. Sebagai aplikasi berbagi foto dan video yang sangat canggih dan responsif, Instagram telah menciptakan sebuah tren baru dalam masyarakat, membawa keunikan, keahlian, dan pemanfaatan diri yang berbeda di setiap akun pengguna (Gumilar, 2015).

Keberhasilan Instagram dalam mendapatkan popularitas dapat dianggap sebagai langkah strategis sebagai pusat penyedia layanan informasi. Divisi Humas Polri telah optimalkan pemanfaatan media sosial instagram dengan membagikan foto dan video dalam waktu ringkas dan terencana. Informasi yang diunggah melalui profil sosial instagram @divisihumaspolri dapat diakses oleh semua pengikut. Selain berfungsi sebagai platform media sosial pada masa kini, konten yang terdapat juga menjadi favorit banyak orang. Menurut laporan We Are Social, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta

pengguna [Instagram](#) di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia.(Annur, 2023)

India: 358,55 Juta

Gambar 1.

10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia
Sumber: (We Are Social, Oktober 2023)

Menurut laporan We Are Social, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. India menempati posisi teratas dengan 358,55 juta pengguna Instagram pada Oktober 2023, diikuti Amerika Serikat dengan 158,45 juta, dan Brasil 122,9 juta pengguna. Kemudian di bawah Indonesia ada Turki dengan 56,7 juta pengguna Instagram, setelahnya Jepang 54,95 juta, Meksiko 45,8 juta, Jerman 31,55 juta, Inggris 31,3 juta, dan Italia 28,9 juta pengguna.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring

sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

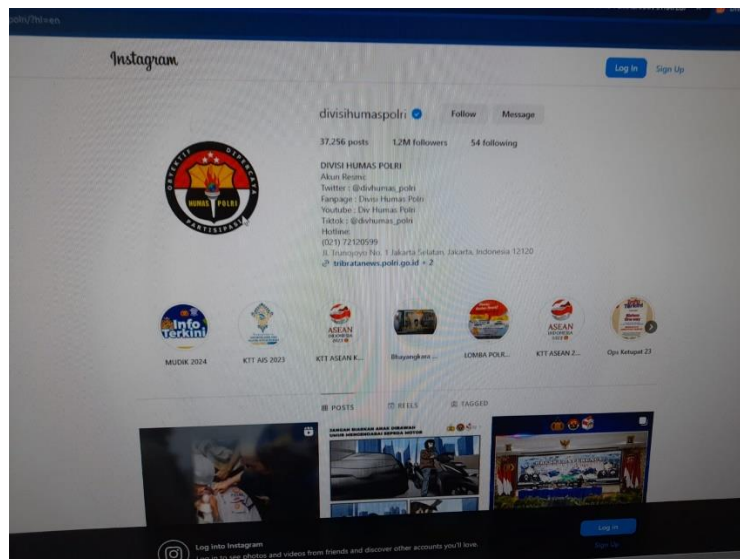
Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, micro blogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentation*, *self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein (dalam (Ansyar & Junianto, 2023)) menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: 1) **Proyek Kolaborasi**. Website mengizinkan user untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten – konten yang ada di website ini. contohnya wikipedia; 2) **Blog dan Microblog**. User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya twitter; 3) **Konten**. Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. contohnya youtube; 4) **Situs Jejaring Sosial**. Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. contoh facebook; 5) **Virtual Game World**. Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. contohnya game online; 6) **Virtual Social World**. Dunia virtual yang dimana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi

Bagi organisasi seperti Polri data ini bisa dimaknai sebagai penguatan fungsi Humas dalam membangun komunikasi dengan publik. Beberapa fungsi dari divisi humas Polri adalah pelaksanaan kerjasama dan penyuluhan kepada masyarakat merupakan langkah untuk memperkuat penyampaian informasi, baik dalam lingkup internal Polri maupun kepada seluruh masyarakat (Ramdoni et al., 2021).

Divisi Humas Polri bertanggung jawab atas pembinaan, pengelolaan, penyajian Informasi, dokumentasi, dan data digunakan untuk mendukung penyebaran informasi, baik di lingkungan internal maupun eksternal Polri. Kepolisian Republik Indonesia, khususnya Divisi Humas Polri, mengadopsi kemajuan teknologi dalam bidang media sosial sebagai salah satu cara untuk melakukan hal tersebut. Menyebarkan informasi mengenai kegiatan kepolisian telah menjadi lebih mudah dengan adanya Divisi Humas Polri. Kemudahan dalam menyampaikan informasi antara masyarakat dan petugas kepolisian membantu Divisi Humas dalam menjalankan tugasnya.

Dengan kemajuan teknologi, Polri sebagai lembaga yang melindungi, membimbing. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai platform media sosial menjadi hal yang sangat signifikan dalam pelaksanaan tugas Divisi Humas Polri untuk membangun media informasi iklan layanan masyarakat. Dalam konteks ini, hampir semua instansi atau perusahaan, baik yang berskala kecil maupun besar, memandang media sosial sebagai alat yang krusial untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai wadah bagi instansi untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat luar (Haq-Fawzi et al., 2022) dan (Jasri et al., 2022).

Polri menjadi salah satu instansi yang memanfaatkan media sosial sebagai media iklan layanan masyarakat informasi kegiatan mereka. Peran Divisi Humas Polri sangat penting, karena turut bertanggung jawab dalam perencanaan penyebaran informasi, dimana salah satu tanggung jawabnya adalah melakukan sebuah strategi pemasaran yang tepat agar informasi yang dipublikasikan dapat tersampaikan kepada Masyarakat. (Ramdoni et al., 2021).



Gambar 1.2 Profile Instagram @divisihumaspolri.

Sumber: <https://www.instagram.com/divisihumaspolri/?hl=en>,

Divhumas Polri didirikan pada tanggal 15 Februari 2017. Biro Multimedia memiliki fungsi dan tugas untuk menangani serta Menangani informasi melalui platform internet, termasuk media sosial dan media daring. Dalam visi awalnya, sebagai bagian dari Cyber Public Relations yang memberikan layanan informasi data digital kepada internal kepolisian dan masyarakat. Tujuannya adalah memberikan pelayanan dengan kecepatan dan ketepatan sehingga dapat membangun kepercayaan publik dalam manajemen media. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, diharapkan informasi mengenai kegiatan Polri dapat tersampaikan kepada masyarakat, menjadikannya sebagai pusat informasi utama kegiatan Polri. Sebagai salah satu platform pusat informasi kegiatan Polri,

Divisi Humas Polri menggunakan akun instagram mereka untuk menyajikan seluruh kegiatan polisi, termasuk aktivitas terkini, kegiatan- kegiatan dari institusi Polri. Melalui platform digital ini, mereka yang berada di seluruh Indonesia dengan cakupan nasional. Sehingga, instagram menjadi sumber yang dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan masyarakat Indonesia. (Ramdoni et al., 2021). Kepolisian Republik Indonesia, terutama Divisi Humas Polri, Memanfaatkan ranah media sosial sebagai media iklan layanan masyarakat informasi seperti iklan layanan masyarakat dan seluruh aktivitas kepolisian. Informasi merupakan aktivitas yang harus dilakukan oleh sebuah instansi, perusahaan, lembaga serta organisasi lainnya. Hal penting dalam sebuah informasi adalah untuk menciptakan pesan yang persuasif dengan efektif agar menarik perhatian audience. Dalam tujuannya, informasi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi tertentu sesuai perencanaan yang telah ditentukan. Dalam bauran informasi, terdapat beberapa bentuk aktivitas yang dilakukan untuk memberikan informasi efektif agar pesan yang disampaikan dapat diterima

dengan mudah kepada audience, seperti kegiatan dalam sebuah acara, sosialisasi, dan periklanan di sebuah media.

Periklanan merupakan salah satu bentuk pemasaran dimana terdapat sebuah proses aktivitas sosial pada kelompok maupun individu untuk menyampaikan pesan dan memperoleh pesan yang ingin disampaikan dari pengiklan. Periklanan bertujuan untuk menawarkan, mengajak, menginformasikan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada para audiens dengan memanfaatkan media tertentu sebagai tempat publikasinya. Dalam klasifikasinya terdapat jenis iklan berdasarkan fungsinya, seperti iklan pengumuman, iklan permintaan, iklan penwaran (iklan produk) dan iklan layanan masyarakat (Pujiyanto, 2013). Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan salah satu bentuk strategi informasi yang sering dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran sosial.

Seperti iklan komersial pada umumnya, ILM harus efektif agar pesan persuasifnya mampu merubah perilaku sesuai keinginan pemasar sosial. Sehingga dibutuhkan strategi kreatif dalam penyusunan pesan persuasif dan juga penempatan media ILM agar iklan tersebut lebih efektif dalam mendorong target adopter untuk merubah perilakunya. Divisi Humas Polri memiliki akun resmi media sosial, seperti facebook, youtube, twitter, tiktok, dan Instagram, melalui sosial medianya Divisi Humas Polri telah mengoptimalkan konten-nya untuk penyampaian informasinya dalam bentuk iklan layanan Masyarakat.

Kemudahan dalam menyampaikan informasi antara Humas Polri, masyarakat, dan petugas kepolisian telah mempermudah pelaksanaan tugas humas. Dengan terus berkembangnya teknologi, dapat beradaptasi dengan perubahan Menggunakan perkembangan waktu dan kemajuan tersebut sebagai sokongan untuk menjalankan tugas di lapangan. Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai platform media sosial memiliki peran sangat penting dalam pelaksanaan tugas Divisi Humas Polri sebagai media iklan layanan masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dalam menyampaikan informasi terkait kegiatan Polri.

Untuk mendukung penelitian ini digunakan beberapa penelitian sejenis sebagai kajian literatur, pertama oleh (Rahayu et al., 2020) dengan judul “Pemanfaatan Instagram Dalam Menjaga Hubungan Baik PT. Pupuk Kujang Dengan Stakeholders”. Peneliti menyampaikan bahwa perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini telah banyak membawa perubahan pada kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan public relations. Salah satunya Corporate Communication PT. Pupuk Kujang, yang dituntut untuk dapat memanfaatkan media-media baru yang ada seperti media sosial. Corporate Communication PT. Pupuk Kujang memanfaatkan media sosial intagram dalam kegiatan public relations, terutama dalam membangun hubungan baik dengan stakeholders nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Corporate Communication PT. Pupuk Kujang memanfaatkan media instagram dalam membangun hubungan yang baik dengan stakeholders. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan konsep Media Richness Theory untuk mengukur kemampun atau kekayaan media instagram melalui fitur-fitur yang tersedia. Paradigma yang digunakan konstruktivisme serta pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi nonpartisipan. Hasil penelitiann menunjukkan bahwa Corporate Communication PT. Pupuk Kujang telah memanfaatkan media Instagram dengan baik. Corporate Communication membentuk suatu tim yang bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, untuk mengatur dan membuat seluruh konten pada media sosial termasuk instagram. Untuk menarik perhatian dan kepercayaan stakeholders, Corporate Communication selalu mempunyai inovasi- inovasi baru mengikuti perkembangan zaman. Konnten-konten yang disajikan pada innstagram PT. Pupu ujang sangat beragam untuk

menyesuaikan stakeholders nya. Dan jika ditinjau dari Media Richness Theory, instagram termasuk dalam golongan media yang kaya karena memenuhi seluruh kriteria Media Richness.

Penelitian kedua oleh (Nugraha et al., 2020) judul “Komunikasi Humas Pemerintahan Kabupaten/Kota di Jawa Barat Melalui Media Digital Instagram”. Dalam artikel dijelaskan komunikasi dalam pelayanan publik menempati peranan yang sangat penting pada masa revolusi industri 4.0. Pentingnya komunikasi publik ini ditandai dengan semakin strategisnya penyampaian dan penyebaran informasi tata kelola pemerintahan yang dilakukan oleh bagian Humas Pemerintah dengan tujuan agar dapat mengubah paradigma masyarakat terhadap kinerja lembaga pemerintah menjadi lebih positif dan solutif. Melalui komunikasi pemerintahan yang didukung dengan penerapan teknologi media digital merupakan alternatif utama dalam menghadapi era milenial yang sangat kompetitif dan interaktif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis data secara deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah telah bergeser secara “ekstrem” akibat penetrasi teknologi informasi yang harus segera diwujudkan secara optimal dalam melayani masyarakat dalam bentuk pemanfaatan media digital, salah satunya Instagram. Pemilihan aplikasi Instagram ini oleh sebagian besar pelaku Humas Pemerintah Kabupaten/Kota di Jawa Barat dikarenakan aplikasi Instagram sejalan dengan semangat dan nilai-nilai kehumasan yang selalu menyampaikan informasi-informasi yang positif kepada publiknya. Simpulan menunjukkan bahwa komunikasi pemerintahan melalui aplikasi teknologi informasi berupa media sosial Instagram dapat menjadi alternatif media komunikasi dalam membangun hubungan publik dan upaya branding lembaga pemerintah di lingkungan kabupaten/kota dalam membentuk positioning yang kuat di benak publik sehingga kabupaten/kota dapat dikenal secara luas.

Persamaan penelitian terletak pada tema pemanfaatan media sosial yaitu instagram khususnya organisasi pemerintah walaupun mempunyai perbedaan ciri organisasi. Bahwa media sosial instagram dianggap media yang tepat oleh Humas dalam berkomunikasi dengan publik untuk mendapat respon yang baik bagi institusi. Perbedaan penelitian pada objek penelitian dan tujuan penelitian serta hasil penelitian karena dilakukan pada kurun waktu yang berbeda.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti menentukan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme karena berkaitan dengan interpretasi data yang diperoleh dari narasumber dan dokumen-dokumen terkait untuk membangun pemahaman tentang pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat. Paradigma ini juga memperhatikan konteks dan perspektif narasumber dalam memahami fenomena sosial, sehingga membantu peneliti memahami pandangan dan pengalaman dari para narasumber tentang media sosial instagram sebagai media iklan layanan masyarakat. Dengan demikian, paradigma konstruktivisme cocok untuk menggali pemahaman mendalam tentang bagaimana media sosial instagram sebagai media iklan layanan masyarakat.

Metode yang digunakan studi kasus, sebagaimana dijelaskan (Yin, 2019) & (Salim dan Syahrur, 2012), penelitian studi adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak

dengan tegas dan dimana multi sumber bukti dimanfaatkan. Sedangkan studi kasus yaitu penelitian yang penelaahannya kepada suatu kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah Instagram @divisihumaspolri. Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola media sosial Instagram @divisihumaspolri. Teknik analisis data secara proses dimulai data *collection* (pengumpulan data), peneliti menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, lalu data *condention* yaitu dengan mengambil inti dari hasil wawancara. Tahap selanjutnya dengan data display melalui hal ini maka data lebih terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan yang lebih mudah dipahami, dan tahap terakhir yaitu tahap *conclusion* (kesimpulan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan lima informan, terdiri dari empat laki-laki dan satu perempuan. Informan tersebut mencakup Brigjen Pol Tjahyono Saputro selaku PID Divisi Humas Polri, admin Instagram @divisihumaspolri, dan pengikut instagram @divisihumaspolri. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial Instagram @divisihumaspolri dimanfaatkan sebagai media iklan layanan masyarakat. Pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai pusat layanan informasi kegiatan Polri didasarkan pada strategi penyampaian informasi, konten yang terencana, serta fitur-fitur yang dimiliki media sosial tersebut. Fitur-fitur seperti message, insight, auto reply, Instagram stories, live, kolom komentar, dan lainnya dapat dimanfaatkan oleh Humas Polri dalam melaksanakan tugasnya.

Pemanfaatan mediasosial instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat telah dioptimalkan penggunaannya oleh divisi humas polri. Pengguna media sosial ini membawa banyak manfaat yang memudahkan pekerjaan divisi humas Polri seperti memudahkan penyebaran media iklan layanan masyarakat dan mengembangkan kinerja pekerjaan media sosial Instagram @divisihumaspolri dijadikan media iklan layanan masyarakat melalui akun instagram @divisihumaspolri masyarakat menerima manfaatnya dengan melihat konten terbaru dari polri

Dalam era digital seperti saat ini, media sosial Instagram telah menjadi salah satu platform yang paling populer di dunia. Tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, Instagram juga dapat dimanfaatkan sebagai media iklan layanan masyarakat. Dalam hal ini, Polri telah memanfaatkan instagram untuk memberikan informasi terkini tentang kegiatan operasional, kampanye sosial, dan program-program lainnya yang dilakukan oleh kepolisian

Media sosial Instagram @divisihumaspolri digunakan sebagai media iklan layanan masyarakat, di mana media informasi iklan layanan masyarakat tentang kegiatan Polri dibagikan melalui akun tersebut. Akun ini memungkinkan masyarakat untuk melihat kegiatan yang dilakukan oleh Polri. Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti mengacu pada paradigma atau cara pandang yang diperoleh dari beberapa narasumber. Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti telah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana peneliti melibatkan pengamatan, analisis data yang didapatkan oleh narasumber dengan pihak instansi Polri dan Masyarakat yang merupakan followers dari akun @divisihumaspolri. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan temuan dimana Polri melalui divisi humas Polri sangat siap untuk memanfaatkan media jenis baru yaitu sosial media Instagram sebagai pusat informasi Polri.

Melalui instagram, divisi humas Polri selalu memberikan informasi terupdate seputar kegiatan Polri, sehingga Masyarakat selalu mendapatkan informasi baik yang dibutuhkan ataupun informasi terbaru dari Polri. Sesuai konsep pemanfaatan internet, divisi humas Polri telah mengikuti perkembangan zaman melalui teknologi dan media yang semakin berkembang. Pada masa kini, informasi untuk kepentingan umum tidak hanya terpaku pada sarana cetak seperti koran, majalah, atau spanduk. Iklan layanan masyarakat kini telah merambah ke media seperti radio, televisi, bahkan internet, khususnya melalui media sosial.

Konten @divisihumaspolri Iklan Layanan Masyarakat Sumber: Instagram @divisihumaspolri Iklan layanan masyarakat bertujuan menyampaikan pesan-pesan sosial dengan maksud untuk menggugah kesadaran masyarakat terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mereka Dalam penyaluran informasinya, publikasi atau pemasaran Polri sering ditemui dalam beberapa bentuk media seperti, media pemerintah, media nasional, bahkan pada era digital saat ini, perkembangan teknologi berkembang pesat, media sosial individu masyarakat dengan pengikut banyak pun telah menjadi media. Media Polri juga dalam rangka pemantapan komunikasi publik yang menjadi salah satu program prioritas Kepala Kepolisian Republik Indonesia (KaPolri). Divisi Humas Polri menyediakan media-media online yang memberikan informasi dari Polri yang terkini dan aktual (Polri, 2023).

Media sosial telah menjadi kemungkinan untuk menyebarkan informasi secara langsung kepada masyarakat terus berkembang dengan pesat. Saat ini menjadi sangat signifikan, mendorong masyarakat untuk menjadi lebih kreatif dalam memanfaatkan fasilitas yang terus berkembang ini. Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan merepresentasikan penggunanya diri dan untuk melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual Polri juga memiliki salah satu salurannya sendiri yang selalu memperbarui informasi terkait Polri seperti di Website Polri, platform digital twitter, facebook, dan instagram. Hal ini sejalan dengan pengertian media sosial yang disampaikan (Nasrullah, 2016)

Pembaruan informasi dari Polri sering dilakukan untuk memberikan informasi terbaru seputar aktivitas Polri, dan informasi iklan masyarakat yang bertujuan untuk memberikan informasi terbaru Polri. Keberhasilan Instagram dalam mendapatkan popularitas dapat dianggap sebagai langkah strategis sebagai pusat penyedia layanan informasi. Kegiatan Polri dengan membagikan foto dan video dalam waktu singkat. Postingan yang diunggah melalui profil sosial Instagram @divisihumaspolri bisa diakses oleh semua pengikut.

Selain berfungsi sebagai platform media sosial pada masa kini. Menjadi favorit banyak orang. Bukti nyatanya adalah jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai 104,8 juta pengguna aktif. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram, diharapkan informasi mengenai kegiatan Polri dapat tersampaikan kepada masyarakat, menjadikannya sebagai pusat informasi utama kegiatan Polri. Sebagai salah satu platform pusat informasi kegiatan Polri,

Divisi Humas Polri menggunakan akun instagram mereka untuk menyajikan seluruh kegiatan polisi, termasuk aktivitas terkini, kegiatan- kegiatan dari institusi Polri. Melalui platform digital ini, mereka yang berada di seluruh Indonesia dengan cakupan nasional, sehingga instagram menjadi sumber yang dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan masyarakat Indonesia. Bahwa pemanfaatan media sosial instagram @divisihumaspolri bahwa Instagram itu adalah salah satu platform yang mempunyai potensi yang besar dalam sistem informasi, dengan adanya

Instagram @divisihumaspolri dapat memberikan informasi langsung kepada masyarakat tanpa harus tatap muka dan masyarakat menjadi lebih cepat mengetahui informasi

terkini Polri dan kegiatannya. memanfaatkan perkembangan teknologi dalam bidang media sosial khususnya Instagram ini untuk menyebarkan informasi terkait dengan kegiatan, informasi dan pelayanan kepolisian itu sendiri dan untuk feedbacknya instagram @divisihumaspolri mendapatkan masukan, keluhan, serta kritik, pertanyaan seputaran kepolisian serta aduan dari masyarakat terkait apa yang diperlukan. mencerminkan bahwa pemanfaatan Instagram @divisihumaspolri sangat penting untuk memberikan informasi serta menerima pernyataan, keluhan, dan kritik terkait apa yang diperlukan oleh masyarakat dengan mendomani kebenaran suatu peristiwa bersifat fakta dan dapat dipercaya.

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) aktif memanfaatkan kemajuan teknologi dan media dengan secara rutin mempublikasikan iklan layanan masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram. Divisi Humas Polri menggunakan akun Instagram mereka sebagai platform untuk menampilkan iklan layanan masyarakat, dengan tujuan memperluas jangkauan dan mencapai lebih banyak orang. Hal ini mencerminkan upaya Polri dalam memanfaatkan teknologi dan media untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat, divisi humas Polri menggunakan Instagram sebagai alat untuk menarik masyarakat agar mengetahui informasi kegiatan seputar Polri. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra positif Polri dan membangun reputasi Lembaga melalui media sosial.

Terbukti dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi terkait kegiatan Polri. Instagram @divisihumaspolri sangat informatif karena ada beberapa tips dan berita yang up to date dari akun instagram tersebut cukup tertarik karena kita jadi bisa mendapatkan informasi dengan mudah, peneliti jadi tahu seputar kegiatan Polri Sangat menguntungkan karena banyak anak muda yang menggunakan instagram dan kita jadi lebih mudah untuk mengakses informasi.

Tips dari @divisihumaspolri Sumber: Instagram @divisihumaspolri, dengan adanya akun tersebut sangat berfungsi sebagai saluran resmi dari Instagram @divisihumaspolri sendiri untuk menyampaikan informasi, berita, dan kampanye terkait kegiatan kepolisian dan melalui platform tersebut sangat membantu karena memberikan update keamanan, dan membangun kesadaran masyarakat atau public dapat menyajikan realitas kegiatan dan kinerja yang dilakukan Instagram @divisihumaspolri juga up to date dan dengan adanya media sosial Instagram dapat mencari informasi tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri.

Menurut pengamatan peneliti dari beberapa pemaparan pertanyaan diatas, bahwa bahwa instagram @divisihumaspolri sebagai pusat pelayanan informasi kegiatan Polri yang dikemukakan oleh Brigjen Pol Tjahyono selaku informan pertama bahwa konten yang disebarkan adalah kegiatan Polri atau pejabat utama Polri dan jajaran Polri, informasi seperti penerimaan Polri juga bisa disebarkan informasinya di akun Instagram @divisihumaspolri. Masyarakat menjadi lebih cepat mengetahui tentang pusat pelayanan informasi kinerja Polri . Dengan berkembangnya teknologi maka Polri sebagai pelindung, pengayom, dan pelayan masyarakat dapat mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan perkembangan tersebut sebagai pendukung pelaksanaan tugas di lapangan.

Maka dari itu di perlukan penggunaan instagram sebagai media sosial secara maksimal dalam tugas Divisi Humas Polri dalam membangun informasi iklan layanan masyarakat. Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat Polri, sangat menguntungkan karena banyak anak muda yang menggunakan instagram dan kita jadi lebih mudah mengakses informasi kelebihannya karena yang pasti banyak informasi terbaru yang diberikan Polri. dan dapat berita yang cepat, serta akurat. bisa di akses oleh jangkauan masyarakat luas juga, apalagi sekarang instagram sudah sangat populer dan diminati banyak

orang, kalo kekurangannya disini hanya desain yang monoton menurut saya, dan terlalu banyak memposting di waktu yang bersamaan, sehingga ada beberapa post/informasi yang tidak terlihat/ke skip.

Dengan adanya akun tersebut sangat berfungsi sebagai saluran resmi dari Divisi Humas Polri sendiri untuk menyampaikan informasi, berita, dan kampanye terkait kegiatan kepolisian. Melalui platform tersebut, sangat membantu karena memberikan update keamanan, dan membangun kesadaran masyarakat/publik tentang tugas dan fungsi Kepolisian di Republik Indonesia Banyak keuntungan yang didapat dalam menggunakan sosial media Instagram, salah satu keuntungan menurut saya pribadi adalah membangun brand ataupun identitas pribadi terutama dengan cara membangun self-branding estetika visual dan konten-konten yang menarik. adanya Instagram ini sebagai pusat pelayanan informasi kinerja Polri karena dapat menyajikan realitas kegiatan dan kinerja yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan lima informan, terdiri dari empat laki-laki dan satu perempuan. Informan tersebut mencakup Brigjen Pol Tjahyono Saputro selaku PID Divisi Humas Polri, admin Instagram @divisihumaspolri, dan pengikut instagram @divisihumaspolri. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial Instagram @divisihumaspolri dimanfaatkan sebagai media iklan layanan masyarakat. Pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai pusat layanan informasi kegiatan Polri didasarkan pada strategi penyampaian informasi, konten yang terencana, serta fitur-fitur yang dimiliki media sosial tersebut. Fitur-fitur seperti message, insight, auto reply, Instagram stories, live, kolom komentar, dan lainnya dapat dimanfaatkan oleh Humas Polri dalam melaksanakan tugasnya.

Penggunaan media sosial ini membawa banyak manfaat, seperti mempermudah pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Media sosial Instagram @divisihumaspolri digunakan sebagai media iklan layanan masyarakat, di mana media informasi iklan layanan masyarakat tentang kegiatan Polri dibagikan melalui akun tersebut. Akun ini memungkinkan masyarakat untuk melihat kegiatan yang dilakukan oleh Polri.

Pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri bahwa Instagram itu adalah salah satu platform yang mempunyai potensi yang besar dalam sistem informasi, dengan adanya Instagram @divisihumaspolri dapat memberikan informasi langsung kepada masyarakat tanpa harus tatap muka dan masyarakat menjadi lebih cepat mengetahui informasi terkini Polri dan kegiatannya. memanfaatkan perkembangan teknologi dalam bidang media sosial khususnya Instagram ini untuk menyebarkan informasi terkait dengan kegiatan, informasi dan pelayanan kepolisian itu sendiri dan untuk feedbacknya Instagram @divisihumaspolri mendapatkan masukan, keluhan, serta kritik, pertanyaan seputaran kepolisian serta aduan dari masyarakat terkait apa yang diperlukan. mencerminkan bahwa pemanfaatan Instagram @divisihumaspolri sangat penting untuk memberikan informasi serta menerima pernyataan, keluhan, dan kritik terkait apa yang diperlukan oleh Masyarakat dengan mendominasi kebenaran suatu peristiwa bersifat fakta dan dapat dipercaya.

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) aktif memanfaatkan kemajuan teknologi dan media dengan secara rutin mempublikasikan iklan layanan masyarakat melalui media sosial, khususnya Instagram. Divisi Humas Polri menggunakan akun Instagram mereka sebagai platform untuk menampilkan iklan layanan masyarakat, dengan tujuan memperluas jangkauan dan mencapai lebih banyak orang. Hal ini mencerminkan upaya Polri dalam memanfaatkan teknologi dan media untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat, divisi

humas Polri menggunakan Instagram sebagai alat untuk menarik masyarakat agar mengetahui informasi kegiatan seputar Polri. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra positif Polri dan membangun reputasi Lembaga melalui media sosial.

Instagram @divisihumaspolri cukup informatif karena ada beberapa tips dan berita yang up to date dari akun instagram tersebut cukup tertarik karena kita jadi bisa mendapatkan informasi dengan mudah, saya jadi tahu seputar kegiatan Polri sangat menguntungkan karena banyak anak muda yang menggunakan instagram dan kita jadi lebih mudah mengakses informasi. dengan adanya akun tersebut sangat berfungsi sebagai saluran resmi.

Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat Polri, sangat menguntungkan karena banyak anak muda yang menggunakan instagram dan kita jadi lebih mudah mengakses informasi kelebihannya karena yang pasti banyak informasi terbaru yang diberikan Polri. dan dapat berita yang cepat, serta akurat. bisa di akses oleh jangkauan masyarakat luas juga, apalagi sekarang instagram sudah sangat populer dan diminati banyak orang, kalo kekurangannya disini hanya desain yang monoton menurut saya, dan terlalu banyak memposting diwaktu yang bersamaan, sehingga ada beberapa post/informasi yang tidak terlihat/ke skip. dengan adanya akun tersebut sangat berfungsi sebagai saluran resmi dari Divisi Humas Polri sendiri untuk menyampaikan informasi, berita, dan kampanye terkait kegiatan kepolisian.

Melalui platform tersebut, sangat membantu karena memberikan update keamanan, dan membangun kesadaran masyarakat/publik tentang tugas dan fungsi Kepolisian di Republik Indonesia Banyak keuntungan yang didapat dalam menggunakan sosial media Instagram, salah satu keuntungan menurut saya pribadi adalah membangun brand ataupun identitas pribadi terutama dengan cara membangun self-branding estetika visual dan konten-konten yang menarik. adanya Instagram ini sebagai pusat pelayanan informasi kinerja Polri karena dapat menyajikan realitas kegiatan dan kinerja yang dilakukan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti melakukan wawancara dengan lima informan, terdiri dari empat laki-laki dan satu perempuan. Informan tersebut mencakup Brigjen Pol Tjahyono Saputro selaku PID Divisi Humas Polri, admin Instagram @divisihumas Polri, dan pengikut Instagram @divisihumaspolri. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana media sosial Instagram @divisihumaspolri dimanfaatkan sebagai media iklan layanan masyarakat. Pemanfaatan media sosial Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat kegiatan Polri didasarkan pada fitur-fitur yang dimiliki oleh media sosial tersebut. Fitur-fitur seperti pesan langsung (message), wawasan (insight), balasan otomatis (auto reply), cerita Instagram (Instagram stories), siaran langsung (live), kolom komentar, dan lainnya dapat dimanfaatkan oleh Humas Polri dalam melaksanakan tugasnya.

Penggunaan media sosial ini membawa banyak manfaat, seperti mempermudah pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Media sosial Instagram dijadikan sebagai media iklan layanan masyarakat, di mana kegiatan Polri dibagikan melalui akun Instagram humas Polri dengan nama akun @divisihumaspolri. Pada Instagram tersebut, masyarakat dapat melihat kegiatan yang dijalankan oleh Polri. Berdasarkan pernyataan tersebut, pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Humas Polri melalui akun Instagram @divisihumaspolri sebagai media iklan layanan masyarakat telah dijalankan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Akun tersebut berisi kegiatan-kegiatan yang dinformasikan melalui Instagram @divisihumas Polri.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databooks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Ansyar, L., & Junianto, J. (2023). Evaluasi Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Publikasi Oleh Humas Direktorat Jenderal Pengawasan Sumber Daya Kelautan Dan Perikanan. *Blantika: Multidisciplinary Jurnal*, 2(2), 158–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.57096/blantika.v2i2.84>
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi Humas Pemerintahan Kabupaten/Kota di Jawa Barat Melalui Media Digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektifitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Polri, H. (2023). *Sahabat Polisi Yuk Kenali Media-Media Online Divisi Humas Polri*. Humas.Polri.Go.Id. <https://humas.polri.go.id/2023/01/05/sahabat-polisi-yuk-kenali-media-media-online-divisi-humas-polri/>
- Pujiyanto. (n.d.). *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rahayu, M. N., Poerana, A. F., & Lubis, F. O. (2020). Pemanfaatan Instagram Dalam Menjaga Hubungan Baik PT. Pupuk Kujang Dengan Stakeholders. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 186–201. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1537>
- Ramdoni, F., Meliasanti, F., & Setiawan, H. (2021). Analisis Diksi dan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat Divisi Humas Polri serta Relevansinya sebagai Bahan Ajar Tingkat SMP. *Edukatif Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 3852–3865. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1325>
- Salim dan Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif.pdf* (Haidir). Citappustaka Media.
- Yin, R. K. (2019). *Studi Kasus Desain & Metode* (Ke-16). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.