

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

**Manfaat Infografis Pada Website Humas Polri Bagi Polsek dan
Polres di Indonesia**

Eni Kardi Wiyati^{1*}, Nurul Fadzar Sukarni², Muhammad Avisena³

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia
Email: Senaavis99@gmail.com

Abstract - POLRI's Humanitarian Division plays a role in conducting service in the field. Nowadays, the role of Humas Polri is heavily influenced by digitalization to convey information. The focus of the problem in this research is how the overview of the utilization of infographics and any important factors on the use of infographic on the website Humas Polri in improving the internal activities of Humas POLRI. The theory used is the Elements of Online PR and New Media from Philips & Young, with the methodology used being descriptive coalitative with the paradigm of constructivism. The result of this research is that infographics are used very accurately in conveying information, because the transmission of information becomes more interesting, acceptable and understandable. Such infographic is actually only information packaged in the form of pictures, animations and a little writing, so that the audience does not need to understand the narrative delivered, just look at and understand the images, animation and flow delivered. The use of social media is done in accordance with the truth of the social media itself, i.e., 1) Computing 2) Content and 3) Engagement, or connectivity, this is increasingly showing that the connections that are made in social media are important, as an attempt to expand the audience's acceptance of information. The use of social media such as Twitter, Instagram, Facebook and Tiktok has already been done, and it has become a must in disseminating information in this digital 4.0 era.

Kata Kunci: Infographics, Online Public Relation, Public Relation

Abstrak – Divisi Humas POLRI berperan dalam menjalankan pelayanan di lapangan. Saat ini, peran Humas Polri sangat dipengaruhi oleh digitalisasi untuk menyampaikan sebuah informasi. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana gambaran pemanfaatan infografis dan faktor faktor penting apa saja pada penggunaan infografis pada website Humas Polri dalam meningkatkan kegiatan internal Humas Polri. Teori yang digunakan adalah *Element of Online PR* dan *New Media* dari Philips & Young, dengan metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini adalah infografis sangat tepat digunakan dalam menyampaikan informasi, karena penyampaian informasi menjadi lebih menarik, bisa diterima dan mudah dipahami. Infografis tersebut sebenarnya hanyalah informasi yang dikemas dalam bentuk gambar, animasi dan sedikit tulisan, sehingga khalayak tidak perlu memahami narasi yang disampaikan, cukup melihat dan memahami gambar, animasi dan alur yang disampaikan. Penggunaan media sosial dilakukan sesuai dengan hakikat dari media sosial itu sendiri yaitu, 1) *Compiuting* 2) *Content* and 3) *Engagement*, atau keterkaitan, ini semakin menunjukkan bahwa keterkaitan atau keterhubungan yang dilakukan dimedia sosial adalah hal yang penting, sebagai upaya memperluas penerimaan khalayak akan informasi. Penggunaan media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook serta Tiktok sudah dilakukan, dan hal itu menjadi keharusan dalam menyebarkan informasi di era digital 4.0 ini.

Kata Kunci: Infografis, Online Public Relation, Public Relation

PENDAHULUAN

Penyebarluasan suatu informasi sangat berkaitan dengan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi adalah suatu penerapan prinsip-prinsip dalam keilmuan komunikasi untuk memproduksi item material bagi efektivitas dan efisiensi proses komunikasi. Suatu teknologi komunikasi sangat berkaitan dengan alat-alat yang dipergunakan dalam menyebarkan suatu pesan kepada khalayak luas dan alat-alat tersebut adalah media komunikasi massa.

Komunikasi massa ialah proses komunikasi yang digunakan dengan media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media komunikasi massa berperan sebagai penyebar informasi yang ditujukan kepada khalayak luas untuk memudahkan dalam mendapatkan sebuah informasi. Bahwa fungsi utama media massa yaitu memberikan informasi pada kepentingan, menyebarluaskan dan mengiklankan sebuah produk (Romli, 2017)

Saat ini, perkembangan media massa mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh kebutuhan masyarakat yang meningkat untuk informasi. Banyak media baru muncul sebagai akibat dari pesatnya perkembangan media massa, yang mengharuskan mereka untuk tetap ada untuk bersaing dengan media cetak dan elektronik lainnya. Ada kemungkinan bahwa media massa memainkan peran penting dalam penyebaran informasi. Media massa harus dapat memengaruhi, mengajar, menghibur, dan menyebarkan informasi. Dalam komunikasi selain menggunakan kata-kata dan bahasa, gambar juga merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang sering ditonjolkan dalam media cetak.

Media komunikasi massa adalah media komunikasi modern yang bersifat massal, yaitu komunikasi yang tersebar secara heterogen dan anonim melalui media cetak ataupun elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Sebuah informasi dari zaman ke zaman memiliki perubahan yang signifikan dengan adanya sebuah teknologi yang mendukung perkembangan dari informasi tersebut sehingga menyebabkan sebuah inovasi yang lahir pada informasi. Yang bisa kita lihat dari zaman terdahulu hingga sekarang, informasi berkembang dengan sangat pesat yang bisa dilihat dan dirasakan oleh para masyarakat yang mana informasi terdahulu memiliki sebuah penyampaian yang berbeda dengan apa yang ada sekarang. Informasi terdahulu lebih mengandalkan sebuah narasi panjang yang berisikan seluruh informasi yang ingin disampaikan sedangkan dengan informasi yang ada di generasi 4.0 ini berisikan sebuah informasi yang singkat padat dan jelas sehingga membuat para pembaca tidak menghabiskan waktu yang panjang untuk membaca dalam menerima sebuah informasi.

Keberhasilan strategi komunikasi dalam mencapai tujuannya cenderung ditentukan dinamika organisasi yang bersangkutan. Interaksi atau kerjasama yang kondusif antar unit kerja dalam organisasi akan memberikan andil besar dalam mewujudkan tujuan komunikasi (Cangara, 2019). Dinamika yang mutlak dalam organisasi, mendorong untuk meningkatkan kemampuan dalam perumusan strategi yang ditetapkan. Sejalan dengan hal tersebut, Polri memiliki satuan kerja yang menjalankan fungsi kehumasan sebagai bentuk kepanjangan tangan Polri kepada masyarakat, satuan kerja tersebut adalah Divisi Hubungan Masyarakat (Div Humas Polri).

Salah satu fungsi Satker Divisi Humas Polri menurut Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2017 Tentang susunan Organisasi dan Tata Kerja Satuan Organisasi Pada Tingkat Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia adalah membantu mengintegrasikan opini masyarakat untuk mendukung tugas-tugas kepolisian pada fungsi kehumasan, salah satunya ialah program sosialisasi informasi. Melalui Website Suatu unit kerja public relation pada hakikatnya merupakan kegiatan berkomunikasi yang direncanakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi (Kusuma & Sugandi, 2018)

Divisi Humas Polri dalam menjalankan fungsi kehumasannya memiliki beberapa unit kerja atau Biro diantaranya; Biro Penerangan Masyarakat (Biro Penmas) bertugas menyelenggarakan kemitraan kepada media massa dengan memberikan informasi yang menciptakan situasi kamtibmas yang kondusif, kedua Biro Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Biro PID) menghimpun dan mengelola informasi untuk mendukung penyampaian informasi yang berkualitas kepada publik, ketiga Biro Multimedia (Biro Mulmed) yang mempunyai tugas dan fungsi yang berkaitan dengan dunia cyber, yaitu mengelola media informasi berbasis internet, baik media sosial ataupun media daring.

Biro Multimedia menjadi unit kerja terdepan dalam Divisi Humas Polri karena tugas pokok dan fungsinya yang berkaitan dengan dunia *cyber*. Besarnya jumlah pengguna jejaring sosial, menjadi kesempatan tersendiri bagi Biro Multimedia dalam menyebarkan gagasan dan mengintegrasikan opini publik., mengemukakan bahwa kehadiran jejaring sosial telah mengubah cara para praktisi dalam berpikir dan melaksanakan praktik-praktiknya dan beranggapan bahwa hal ini merupakan sebuah kekuatan revolusioner dalam bidang *public relations*. Grunig juga meyakini bahwa dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh jejaring sosial maka, praktik *public relations* akan lebih mendunia, lebih strategis, simetris atau dialogis dan lebih bertanggung jawab secara sosial.(Yuliawati & Irawan, 2016)

Adapun jumlah Polrestabes diseluruh Indonesia berjumlah 289, sedang Polres di tingkat Kecamatan sebesar 3967, dan Jumlah Polsek 3376.

Tabel 1
Daftar Polsek dan Polres di DKI Jakarta

Kota Administrasi	Jumlah anggota Polres	Jumlah anggota Polsek	Jumlah Anggota Polisi	Jumlah polsek
Kepulauan Seribu	181	69	245	6
Jakarta Selatan	663	1298	1886	38
Jakarta Timur	515	1431	1842	39
Jakarta Pusat	743	1019	1693	40
Jakarta Barat	587	1122	1655	45
Jakarta Utara	500	808	1448	43

Sumber : Humas Polri

Infografis adalah visualisasi data untuk membantu pembaca menginterpretasikan informasi menjadi lebih efisien dan cepat (Saptodewo, 2014). Infografis menjadi alat penyebaran informasi yang banyak dipakai di dalam dunia digital dari sosial media hingga poster-poster yang dipajang. Infografis menjadi bentuk yang diandalkan sebagai penyampaian informasi di lapisan masyarakat yang mana infografis memiliki peran untuk menarik pembaca dengann menggunakan gambar-gambar yang mempunyai warna yang cerah dan informasi yang padat sehingga membuat infografis menjadi bahan di berbagai media digital maupun cetak dalam penyampaian informasi.

Pada zaman perkembangan 4.0 banyak sekali informasi bertebaran di dunia maya. Melalui metode infografis tidak dipungkiri lagi mulai dari informasi mengenai hiburan, politik, pendidikan,dan kesehatan. dari keseluruhan topik tersebut adanya penyebaran informasi melalui infografis ini membantu masyarakat di dalam memahami sebuah informasi yang disebarluaskan terutama pada sektor keamanan dan ketertiban. Sebagai contoh pada tahun 2020 terjadinya sebuah persebaran virus baru yaitu covid-19 yang berasal dari provinsi Wuhan China. Hal ini menyebabkan sebuah ketidakteraturan, terutama dalam hal keamanan dan ketertiban,

Polisi sebagai elemen penegak hukum pun tidak berdaya untuk melakukan sosialisasi apalagi penegakan hukum.

Disaat yang sama, pergantian Kepala Polisi Republik Indonesia Bapak Jendral Pol. Drs. Listyo Sigit Prabowo, M.Si. telah mencanangkan 16 Program Kerja untuk melakukan percepatan dan perbaikan kinerja di tubuh POLRI, seperti pemantapan dukungan Polri dalam Penanganan Covid-19, Pemulihan Ekonomi Nasional, Peningkatan kualitas Pelayanan Publik Polri, Mewujudkan pelayanan Publik Polisi yang terintegrasi, serta Pemantapan Komunikasi Publik.

Pada tahap ini sepertinya penggunaan infografis sangat dibutuhkan sebagai upaya untuk dilakukannya penyebaran informasi digital kepada masyarakat dengan mengharapkan informasi dapat tersampaikan dengan baik dan masyarakat dapat tertarik dengan bacaan tersebut. Informasi tersebut tidak hanya menargetkan kepada anak-anak saja yang menyukai gambar dan warna-warni, tetapi lapisan masyarakat umum juga bisa menjadi target pembaca infografis. Hal ini dikarenakan pada infografis disertai dengan informasi singkat dan padat serta disertai gambar-gambar yang dapat mempermudah pemahaman di masyarakat.

Dalam hal ini adanya beberapa halangan yang ada di dalam lapisan masyarakat yaitu kurangnya pemerataan dalam penyampaian informasi terkait dengan pelaksanaan pelayanan publik Polri yang terintegrasi baik melalui media masa atau media *online*. Selain itu, derasnya arus informasi media *online* sulit untuk disaring sehingga banyak melahirkan informasi yang dianggap masyarakat sebagai *hoaks* yang dapat menimbulkan keraguan dan ketidakjelasan di masyarakat tentang pelayanan publik yang sebenarnya (Febriyanti, N., Choliq, M. I., & Mukti, 2021)

Divisi Humas polri yang berperan sebagai instansi yang membantu masyarakat dalam melakukan penyebaran informasi ketertiban dan kepatuhan hukum. Melalui infografis yang terdapat di dalam *website* Divisi Humas Polri yaitu [www. mediahub.polri.go.id](http://www.mediahub.polri.go.id) sebagai sarana penyebaran informasi hal ini dilakukan oleh Divisi Humas Polri untuk memastikan bahwa penyebaran informasi terlaksana tanpa harus melakukan infiltrasi atau kontakfisik, sehingga informasi yang sudah ada pada halaman *website* Divisi Humas Polri dapat dengan mudah diakses dan tentunya sudah melakukan tahap *screening*, yang mana masyarakat tidak harus khawatir terhadap kebenaran pemberitaan tersebut.

Tanggung jawab Divisi Humas Polri sebagai penyampai informasi, mendidik, meyakinkan, dan meningkatkan kepentingan publik dalam segala hal atau membuat orang lain memahami dan menerima informasi yang jelas. Seperti tanggung jawab Humas yang berperan dalam melakukan strategi agar perusahaan atau instansi disukai dan dipercaya oleh pihak yang terkait (Hoirun Nisak & Muhyadi, 2018)

Adanya peran humas Polri berguna dalam partisipasi dalam menjalankan peran pelayanan di lapangan, selain itu peran humas polri di jaman yang dipengaruhi oleh digitalisasi ini selalu mengandalkan internet untuk memberikan sebuah informasi yang konkrit yang sudah diterima oleh Humas Polri yang akan disebarluaskan kepada seluruh masyarakat.

Dalam hal ini Divisi Humas Polri berperan untuk mengelola informasi konkrit yang di terima dari pemerintahan yang dibuat lebih menarik dan memberikan informasi yang lebih pada tata ruang atau bisa disebut dengan infografis. Infografis menjadikan sebuah sarana dari penyebaran informasi yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri, peran yang dijalankan dalam pengelolaan informasi yang dilakukan oleh divisi PID (Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi). Divisi ini berperan dalam hal dokumentasi dan pengelolaan informasi yang akan di tempel pada halaman *website* Humas Polri hal ini pun berisikan dengan pemberitaan Polri, pelaporan, infografis dan berbagai macam bentuk informasi yang bersangkutan dengan kepolisian dan pemerintah.



Gambar 1.
Alur Pengelolaan *Website* Humas Polri
(Sumber: Olahan Peneliti)

Pencarian informasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pencarian melalui portal berita resmi pemerintah dan melalui artikel portal berita yang sudah terpercaya. Berikutnya melalui proses filterisasi informasi dengan melakukan konfirmasi terhadap pemberitaan tersebut dengan melihat riset lebih lanjut mengenai kebenaran berita tersebut, baik itu melalui pemerintahan dan website portal berita yang sudah terpercaya. Selanjutnya melakukan desain terhadap informasi tersebut agar terlihat lebih menarik dan dapat dimengerti dengan mudah.

Berikutnya diikuti dengan pengecekan isi konten dan desain. Dalam hal ini dilihat pada isi yang akan disebarkan apakah isi konten didalamnya tidak terlalu panjang dan tepat pada poin yang ingin disampaikan. Selain itu dengan desain yang dibuat apakah berhubungan dengan pemberitaan tersebut, dalam hal ini dilihat dari tulisan, warna, dan bentuk gambar-gambar yang ada, apakah masih bisa mewakili isi berita tersebut atau tidak. Untuk selanjutnya adalah dengan melakukan seleksi yang dilakukan dengan pemberitaan terbaru yang lagi hangat diberitakan belakangan ini. Untuk tahap terakhir yaitu dengan memposting infografis ke *website* Humas Polri.

Media komunikasi dan informasi yang ada terjadi karena internet dipandang lebih efisien dan efektif bagi dunia kerja khususnya berkaitan dengan komunikasi dan informasi (Kuswanti & Oktarina, 2019). Beralihnya penggunaan media massa ke media baru atau internet terjadi karena adanya pergeseran budaya pada masyarakat dalam penyampaian informasi. Perubahannya telah melahirkan berbagai macam teknologi baru yang semakin maju. Teknologi pada era digital ini membawa banyak manfaat bagi kehidupan masyarakat apabila dipergunakan secara positif, begitu sebaliknya, apabila tidak cerdas dalam memanfaatkannya maka akan menjadi sesuatu yang berdampak negatif bagi kehidupan manusia. Pergeseran waktu begitu cepat, seperti halnya dengan penggunaan teknologi informasi.

Infografis sendiri berasal dari kata *infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *information + graphics*. Kata ini merujuk pada bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat. Dengan adanya infografis ini dapat memberikan sebuah informasi padat yang dapat dimengerti oleh seluruh kalangan masyarakat yang mana infografis menjadi efektif dalam memudahkan pembaca memahami sebuah konten informasi tanpa harus kesulitan menganalisa

teks informasi. Selain itu, infografis juga mampu menyelesaikan kelemahan medium komunikasi teks dan gambar dengan mengkombinasikan keduanya.

Salah satu cara untuk melihat media online pada *Public Relation* berguna atau tidak adalah dengan dampak yang diberikan ke publik. Optimalisasi penggunaan media *online* pada *public relation* dapat ditinjau dari 4 elemen dasar dari *online public relation* menurut Gregory (1999) dalam (Syafaat & Wahyudin, 2023), yaitu: **Transparency**, *Cyber Public Relation* membutuhkan transparansi dalam memberikann informasi kepada masyarakat ataupun bagian dari organisasi ataupun perusahaan. Berikut beberapa jenis dari Transparency: 1) *Radical Transparency*: Pada bagian ini, manajemen suatu organisasi atau perusahaan menjelaskan suatu keputusan penting kepada publik 2) *Controlledd Transparency*: Informasi yang dikirim melalui Internet harus diproses langsung oleh Departemen Komunikasi. 3) *Institutionall Transparency*: Dengan institusi lain, informasi kebijakan dikomunikasikan oleh institusi atau lembaga lain tanpa departemen humas memerlukan informasi tersebut. 4) *Overt Transparency*: Penyebaran informasi kepada masyarakat atau bagian penting suatu perusahaan atau organisasi dilakukan melalui media sosial. 5) *Covertt Transparency*: beberapa informasi harus disaring kembali ke publik. 6) *Unintentionall Transparency*: Informasi dan data suatu perusahaan atau organisasi dapat diperoleh melalui Internet. Informasi ini tidak ada di Internet karena intensitas perusahaan atau organisasi. **Porosity** menurut Philips dan Young menyatakan bahwa transparansi tidak sengaja dilakukan oleh *public relation* karena masyarakat dan *public relation* dapat berinteraksi dengan mudah melalui media sosial. Karena kemudahan ini, *public relation* dapat memberikan informasi yang bias atau tidak layak bagi publik. Dokumen internal yang hanya ditampilkan selama rapat didistribusikan ke khalayak luas melalui berbagai media sosial, dapat menyebarkan informasi yang tidak benar kepada masyarakat. **The Internett as an Agent** adalah internet sebagai salah satu agen untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Karenaa penyampain secara *online* inilah akan menimbulkan pemaknaan oleh setiap perorangan yang mendapatkan informasi tersebut secara berbeda. **Richness in content and reach** adalah internet memungkinkan kemunculan dan penyebaran kekayaan informasi. Situs resmi seperti *website* dan media sosial menyediakan informasi pemerintahan. Karena itu, setiap orang dapat melihat bagaimana organisasi

Proses produksi, distribusi, dan penggunaan media yang tidak terlepas dari aspek **digitality, interactivity, hypertextuality, dan virtuality** merupakan bentuk **new media**. Aspek *digitality*. Melingkupi seluruh proses mediadigital yang disimpan ke dalam. bilangan sehingga hasilnya atau *out put* akan berbentuk online, digital disk atau *memory..drives* yang kemudian. ditampilkan oleh layar monitor berbentuk *hard copy*. *Interactivity* merupakan aspek yang dapat memberikan kesempatan pada user untuk *write back in to the text* sehingga pengguna tidak menerima informasi atau data secara mentah melainkan bisa memodifikasinya. Sementara aspek dispersal media baru mengarah pada proses produksi dan distribusi media yang tersentralisasi dengan keaktifan pengguna menjadi alat dalam mengoperasikannya.

Untuk mendukung penelitian ini, kajian literatur digunakan sebagai acuan sehingga terlihat perbedaan dan persamaan yang dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian saat ini. Penelitian pertama (Yananingtyas, H. Z., 2020) berjudul "Cyber Public Relations Melalui Microblogging Dalam Menjaga Citra PemProv DKI Jakarta". Penjelasan penelitian ini bahwa pada era digital setiap instansi pemerintahan mempunyai jalan yang tertentu untuk meningkatkan citra lembaga pemerintahan. Lembaga Pemerintahan, harus terus mengikuti perkembangan teknologi yang telah ada di tengah masyarakat. Cyber Public Relations sebuah istilah dalam bidang Public Relations yang digunakan untuk menyampaikan informasi informasi kepada publik. Ada beberapa cara untuk menyampaikan informasi yaitu melalui media sosial dan juga website. Salah satu cara yaitu dengan memberikan informasi melalui micro-blog yang menjadi salah satu andalan media sosial untuk memberikan interaksi langsung

dan informasi langsung kepada masyarakat melalui akun resmi setiap Lembaga Pemerintahan Tujuan dari penelitian ini membahas mengenai Cyber Public Relations di Lembaga Pemerintahan memberikan informasi melalui microblogging Public Relations dan bagaimana citra lembaga pemerintahan DKI Jakarta di mata warga Jakarta. Tingkat keberhasilan Cyber Public Relations dapat dilihat dari sisi eksternal Lembaga Pemerintahan yaitu dari sisi warga DKI Jakarta. Karena pada hakikatnya Public Relations harus mampu mengatur media sosial untuk dapat menyampaikan informasi dan juga menjaga citra harus dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial secara benar dan optimal. Metode penelitian kualitatif deskriptif, menjadi metode yang dipilih untuk memaparkan mengenai Cyber Public Relations. Hasil pada penelitian ini memaparkan bahwa Cyber Public Relations melalui microblogging adalah salah satu cara yang optimal untuk memaparkan informasi kepada masyarakat DKI Jakarta, serta citra positif yang hadir pada akun @dkijakarta patut untuk dijaga dengan memperbaiki komunikasi antara masyarakat dengan lembaga pemerintahan agar kepercayaan masyarakat kepada lembaga pemerintahan tetap terbentuk.

Penelitian kedua dilakukan (Ishaq et al., 2022) judul "Pelayanan Publik Berbasis Digital di Era New Normal Polres Metro Kota Bekasi". Deskripsi penelitian Seiring kemajuan teknologi, kepolisian sektor Bekasi kota atau Polres Metro Bekasi Kota beralih menggunakan pelayanan digital berbasis website dan media sosial dalam pelayanan publiknya yang beralamatkan www.polrestrobekasikota.com. dan @restrobekasikota_official (Instagram) Website yang diluncurkan oleh Humas Polres Metro Bekasi Kota saat ini berfokus pada antrian untuk pelayanan publik SIM dan SKCK. Mengingat saat ini terjadi pandemi covid-19, ada perubahan dalam sistem pelayanan publiknya. Penelitian ini dilandasi oleh teori excellence dan konsep 4 (four) step model dimana terdapat elemen Fact Finding, Planning, Communicating dan Evaluating. selain itu penelitian ini juga menggunakan konsep 7 (seven) C's yang didalamnya terdapat Credibility, Context, Content, Clarity, Community and Consistency, Channels dan Capability of the Audience. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana peneliti menggunakan metode wawancara dalam mendapatkan datanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data. Dari hasil peneliti ini disimpulkan bahwa dalam program pelayanan berbasis digital di era new normal tidak ada perubahan yang cukup berarti dari sebelum terjadinya pandemi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama mengambil tema tentang teknologi informasi pada lembaga pemerintah sehingga mampu menunjukkan transparansi dan respon yang cepat atas perubahan pada masyarakat. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan kerangka teori dan konsep yang digunakan sehingga terlihat kebaruan dari penelitian ini.

Dari latar belakang penelitian ini maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana gambaran pemanfaatan infografis dan faktor faktor penting apa saja pada penggunaan infografis pada website Humas Polri dalam meningkatkan kegiatan internal Humas Polri.

METODOLOGI

Paradigma adalah pandangan tentang dunia dan alam. Paradigma adalah sudut pandang umum, cara menggambarkan permasalahan dunia nyata yang kompleks. Paradigma berguna untuk menjelaskan kepada praktisi apa yang penting, valid, dan problematis. Paradigma juga bersifat normatif, memberi tahu para praktisi apa yang harus dilakukan tanpa terlebih dahulu memahami keberadaan dan epistemologinya. (Ardial, 2015) & (Moleong, 2016).

Objek penelitian merupakan atribut atau sifat penilaian dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Moelong subjek adalah informan, yang artinya koran yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Infografis yang dipublikasi melalui website Humas Polri dan subjek penelitian adalah individu-individu yang menjadi *key informan* dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam yang dapat diartikan sebagai suatu metode pengumpulan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau informan yang diselidiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengidentifikasi kesesuaian antara praktik PR melalui teori 4 Element Of PR yang dilakukan oleh Humas Polri melalui *website* dengan langkah-langkah dalam teori 4 element of *public relation* yaitu : *Transparency, Porosity, The Internett as an Agent, Richness In Content And Reach*

Transparency

Cyber Public Relation membutuhkan *Transparency* dalam memberikan informasi kepada masyarakat ataupun bagian dari organisasi ataupun perusahaan Peran humas yang paling utama adalah menjadi komunikator dengan cara memberikan informasi terkait kegiatan dan aktivitas lembaga kepada publik, memperkenalkan produk atau layanan yang dapat digunakan oleh masyarakat luas. Selain itu humas juga berperan menerima aspirasi atau mendengarkan keinginan publik terhadap lembaganya. Semua aspirasi dan kritik dari masyarakat dianalisis dan didiskusikan dengan pimpinan sehingga menghasilkan solusi yang tepat.

Menurut (Vercic, 2009), peran humas terbagi menjadi (4) empat, yaitu : 1) *Managerial, To develop strategies to maintain relations with public groups in order to gain public trust and/or mutual understanding.* 2) *Operational, To prepare a means of communication for the organization (and its members) in order to help the organization formulate its communications.* 3) *Reflective To analyze changing standards and values in society and discuss these with the members of the organization, in order to adjust the standards and values of the organization regarding social responsibility and legitimacy.* 4) *Educational To* Sebagaimana dijelaskan pada wawancara yang dilakukan bersama Informan 1 yang menyatakan bahwa:

“Dalam menyampaikan informasi yang kami lakukan pertama tama adalah melakukan pengumpulan fakta-fakta yang ada, kemudian fakta fakta tersebut di kumpulkan dan di Kelola sehingga muncul kontruksi yang baik tentang informasi tersebut, baru kemudian disampaikan,. Dalam hal penyampaian pula kami harus melihat target audience yang ada sehingga baik Bahasa maupun penyampaian materi lebih tepat sasaran”

Hal tersebut dipaparkan oleh Informan 4 dimana yang juga berstatus pengelolaan Dokumen porles Kota Depok, dalam hal ini dia menyatakan sebagai berikut :

“jadi pengelolaan pusat sudah sesuai dengan tujuan humas yang dimana transparansi menjadi bagian di dalamnya sehingga dengan adanya tranparansi ini

memberikan kepercayaan pada lingkungan internal polri. Hal ini juga dapat memberikan kesadaran kepada lapisan internal memegang kejujuran sebagai tiang kepercayaan dimasyarakat”.

Pernyataan tersebut juga diberikan oleh Informan 3 yang memegang tugas sebagai pelayanan administrasi personel menyatakan sebagai berikut:

”selain memberikan informasi kepada masyarakat kita sebagai intasi polri juga terbantu dengan adanya informasi dengan infografis ini melalui website humas polri yang mana ada bentuk kegiatan atau kebijakan yang ditetapkan pusat agar bisa diterapkan juga pada seluruh sektor polres atau polsek diberbagai plosok di indonesia”.

Hal ini juga dipaparkan oleh Informan 2 sebagai Pegguna web Humas Polri Administrasi di kanit Provost sebagai berikut:

”memang betul apa yang dipaparkan pada website humas polri sudah sesuai dengan kebijakan yang mana yang ada di intansi yang mana pada website tersebut juga banyak berisikan kegiatan positif polri yang ditujukan pada website tersebut. Dengan adanya pemberitaan ini juga saya sebagai anggota instansi yang jauh dari pusat pun dapat bisa mengetahui pemberitaan tersebut”.

Dengan demikian dengan adanya tehnik baru dalam penyampaian informasi singkat ini maka untuk menyampaikan data yang informatif dan transparan kepada masyarakat perlu kiranya di kumpulkan data data yang memanadai dan komprehensif sehingga dalam mengkontruksi informasi menjadi menjadi lengkap dan terarah , sehingga anggota aparat dapat mudah memahami informasi yang disampaikan.

Porosity

Fungsi berita adalah bertujuan untuk memberikan informasi, memberikan pendidikan, sebagai sarana hiburan serta sebagai kontrol sosial. Terkadang untuk menciptakan efek ketakutan berita selalu di tonjolkan nilai nilai seperti itu, dimana dalam teori *cyber public relation* disebut dengan *Porosity*, namun apakah hal tersebut dilakukan pada *website* Humas Polri berikut pernyataan dari Narasumber:

Informan 1 memberikan pernyataan sebagai berikut:

”Dalam menyampaikan informasi, kami melakukannya sesuai prosedur dan arahan dari pimpinan sehingga, sedikit sekali kami untuk melakukan improfisasi-improfisasi, seperti menonjolkan unsur kekerasan, sanksi atau unsur ketakutan pada internal polri, karena pesan pimpinan tugas kami hanya menyampaikan informasi yang menarik dan menginspirasi. Yang dimana walaupun adanya pemberitaan buruk yang terkait dengan intasi sebisa mungkin kita tetap memberikan gambaran informasi infografis yang positif pada website humas polri”.

Sebuah fungsi porosity Menurut Philips dan Young yang ada pada Divisi Humas Polri ini memberikan sebuah informasi yang memberikan sebuah pendidikan yang dimana hal ini berfungsi pada kegaitan internal walaupun pada dalamnya tidak memiliki ketakutan tetapi masih bisa memberikan control pada anggota internal polri

Pembentukan hal ini memunculkan tanggapan Informan 4 sebagai berikut:

“untuk kegiatan yang dilakukan oleh humas polri belum ada kegiatan polri yang memberikan ketakutan di internal yang mana pada humas berperan untuk memberikan dampak positif pada lingkungan internal sehingga dapat menciptakan sebuah lingkungan yang bisa memberikan sebuah motivasi di kepolisian Republik Indonesia”

Dalam kegiatan humas polri ini berperan sebagai *public relation* yang mana pada pernyataan tersebut humas polri selalu memberikan sebuah kegiatan positif agar dapat meningkatkan pelayanan masyarakat

Hal ini juga mengundang pernyataan dari Informan 3 yaitu sebagai berikut:

”pemberian berita yang dilakukan belum pernah ada unsur sanksi yang dilakukan oleh anggota polri yang mana pada hal ini juga penting yang mana menjadi identitas dari sebuah instansi sehingga juga bisa memberikan citra yang positif dan memberikan sebuah kebanggaan pada diri anggota polri”.

Adanya pendapat yang dilakukan oleh Informan 5 sebagai Pengguna web Humas Polri Administrasi di kanit Provost menyatakan sebagai berikut:

”Kegiatan sanksi yang diberikan ini berupa kegiatan yang berlaku dimasyarakat saja yang dimana ini berfungsi untuk memberikan kontrol perilaku dimasyarakat. Tetapi belum pernah saya melihat adanya sanksi yang dilakukan pada anggota polri yang disebarluaskan pada website humas polri”.

The Internet as an Agent,

Internet sebagai salah satu agen untuk menyampaikan informasi ke masyarakat. Karena penyampain secara daring inilah akan menimbulkan pemaknaan oleh setiap perorangan yang mendapatkan informasi tersebut secara berbeda.

Anggota internal dalam humas adalah masyarakat pada umumnya, dan masyarakat akan memberikan image positif apabila persepsi yang terbangun di dalam dirinya adalah persepsi yang sesuai dengan kebutuhan dirinya, Divisi Humas Polri dalam menyampaikan informasinya tentu berdasar kepada kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan kebijakan yang dilakukan oleh Institusi Polri tersebut, sebagaimana narasumber kita menyampaikannya :

Hal ini juga memunculkan pernyataan dari Informan 1 menyatakan bahwa sebagai berikut:

”Divisi Humas Polri sudah melakukan manajemen media yang baik yang mana pada hal ini Humas polri sudah memiliki adanya anggota yang sudah mahir di bidang jaringan online sebagai *cyber security* yang berperan untuk menjaga server website Humas polri agar terhindar dari mal fungsi. Selain itu juga Humas Polri juga sudah memberikan tampilan baru pada website Humas polri agar terlihat lebih menarik”.

Dengan pernyataan yang diberikan ini membuktikan bahwa fungsi internet as an agent pada Humas Polri digunakan sesuai dengan teori yang ada dengan mengelolanya sesuai dengan ketentuan sebagai mana penggunaan pada website yang mana sudah melalui percobaan pengguna website.

Pembentukan ini mengundang tanggapan dari Informan 4 dimana sebagai pengelolaan Dokumen polres Kota Depok:

”Penggunaan penempatan posisi pada website yang biasa digunakan oleh para anggota sudah memberikan kemudahan di dalamnya tetapi dengan adanya tampilan yang baru menimbulkan sebuah kebingungan di dalam menggunakan website tersebut”.

Adapun pernyataan dari Informan 3 sebagai berikut:

”Manajemen yang dilakukan oleh Humas Polri sudah sesuai dan tidak terlalu rumit tetapi adanya kekurangan didalam tampilan website yang mana pada tampilan tersebut terlalu bertumpuk sehingga sebagai pengguna juga membingungkan bagaimana sebuah posisi-posisi yang ada pada website tersebut”.

Pernyataan ini juga diberikan oleh Informan 5 sebagai berikut:

”Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh instansi pusat sangat baik yang mana pada manajemen tersebut juga mudah untuk memberikan informasi yang bisa disebarluaskan pada lapisan insatansi polri hal ini pun berlaku pada tingkat polres dan polsek”.

Richness in Content and Reach

Kekayaan informasi dapat muncul dan diberikan melalui jangkauan dari internet. Lembaga pemerintahan memberikan informasi mengenai pemerintahan dalam situ situs resmi seperti website dan berbagai media sosial. Karena hal tersebut semua orang dapat melihat citra dari organisasi maupun (Zahro Yananingtyas, 2020) Informasi tentu harus disampaikan dengan kebenaran dan keyakinan karena informasi yang meragukan tentunya akan mempengaruhi institusi yang mengeluarkannya, tidak heran bila diatas dinyatakan untuk melakukan check and Re check. Berikut pernyataan dari narasumber:

Adanya pernyataan dari Informan 1 menyatakan bahwa sebagai berikut:

”Sebagai pengelola dan penanggung jawab dalam website Humas Polri yang mana penggunaan informasi memiliki perbedaan pada sebuah social media tersebut yang mana pada sebuah aplikasi seperti instagram,tiktok,atau pun facebook ini memiliki pengelolaan informasi yang berbeda dengan yang ada di website seperti adanya informasi yang ada di tiktok itu berisikan sebuah video edukasi berbeda dengan instagram dan facebook memiliki bentuk campuran berupa video edukasi dan infografis pada aplikasi tersebut”.

Pada pernyataan tersebut yang mana teori Richness in content and reach berfungsi sebagai sebuah bentuk dari ke efektifitasan informasi yang mana pada bentuk informasi bisa menjadi sebuah fleksibilitas dalam penyampaianya walaupun pada konten tersebut memiliki perbedaan tetapi adanya point yang sama walaupun melalui platform yang berbeda.

Pernyataan ini juga diberikan oleh Informan 4:

”Sebagai pengguna adanya perbedaan yang signifikan yang dimana perbedaan bisa dilihat dari bentuk dan isi konten yang mana adanya beda pada website dan tiktok yang mana di platform tersebut juga berbeda dimana website berfokus kepada pembentukan sebuah citra sedangkan pada tiktok ini berfungsi sebagai penyaluran informasi berupa video edukasi”.

Pernyataan ini juga diberikan dari Informan 3 sebagai berikut:

”Informasi dari Divisi Humas Polri memberikan sebuah informasi yang berbeda dengan yang ada pada website. Pada penyebaran informasi melalui website banyak berfokus pada kegiatan internal yang mana adanya juga persebaran informasi melalui website humas polri berisikan video dan infografis sehingga selain bisa mendapatkan informasi melalui video tatapi juga melalui gambar infografis berbeda dengan adanya pada facebook dan instagram yang mana pada kedua aplikasi tersebut berisikan video pembentukan baik citra internal”.

Hal ini juga didukung oleh Informan 5 sebagai berikut:

”Perbedaan yang ada pada website ini memang lebih lengkap dibandingkan dengan aplikasi yang lain yang mana pada beberapa aplikasi adanya berisikan konten video saja sedangkan pada website ini berisikan gambar, video, maupun animasi yang mana variasi dalam penyampaian informasi bisa menarik ketertarikan bagi internal ataupun eksternal”.

Humas berada di garis depan dalam penyampaian dan efektivitas program institusi. Pesatnya penggunaan media baru (Internet) merupakan peluang bagi humas untuk mendukung efektivitas komunikasi publik, yang mana kreativitas pengelolaan dan penyampaian humas, khususnya informasi *public relation* kepolisian, harus digiatkan dengan bantuan teknologi dan informasi. Penyajian data dengan menggunakan infografis diyakini dapat lebih menarik perhatian setiap orang yang melihatnya karena data disajikan dalam bentuk grafik dan gambar sebagai teks yang padat, sehingga kunci utama membuat infografis sebenarnya adalah konsep visual dengan gambar-gambar yang menarik seperti dan keakuratan data yang disajikan di dalamnya. (Yuliansyah, 2020).

Sebagaimana diungkapkan Narasumber 1 : “Kami berusaha untuk memuat isu dalam bentuk gambar yang menarik dengan teks yang tidak terlalu banyak namun padat sesuai inti isu untuk disebarluaskan melalui media sosial”.

Program Institusi melalui kebijakan kebijakan yang harus diimplementasikan secara nyata dapat disosialisasikan dengan baik kepada publik akan menjadi modal humas Polri untuk mendongkrak reputasi dengan dukungan dan citra positif dari masyarakatnya Informan 2 menambahkan “Melalui narasi tunggal dalam bentuk infografis diharapkan masyarakat akan tertarik untuk membaca, memahami dan mengerti tentang upaya Polri terhadap kepentingan masyarakat.”

Staf Humas kepolisian bertanggung jawab mengeluarkan paket kebijakan dan peraturan. Sebab, paket kebijakan Polri dan peraturan diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan bangsa Indonesia. Dewan Nasional menyayangkan dampak kebijakan tersebut sangat kecil, oleh karena itu unit Humas kepolisian baik pusat maupun daerah mulai melakukan konsolidasi untuk mewujudkan implementasi kebijakan tersebut, yang bersinergi, mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat sehingga menghasilkan cerita yang runtut berupa beberapa desain infografis untuk kebijakan berbeda dalam halaman <https://mediahub.polri.go.id/>.

Menariknya dalam infografis yang ditampilkan melalui media Humas Polri ini berwujud dalam beberapa bentuk, ada yang audio visual dan ada yang visual saja, sebagaimana dinyatakan oleh informan 1 menyatakan bahwa tupoksi kami adalah menyampaikan informasi dan informasi tersebut apa yang berlaku dan dilakukan oleh institusi kami, sehingga kebijakan tersebut akan berjalan dengan pelaksanaan dilapangan, untuk tidak menyulitkan masyarakat maupun anggota polri maka kami mengemasnya dalam berbagaimacam pemberitaan yang salah satunya adalah menggunakan infografis, dan tidak semuanya pemberitaan dalam bentuk infografis hanya berita-berita yang kami pandang layak saja menggunakan infografis .

Mirip dengan Laporan Penipuan Aroma, Departemen Komunikasi Kepolisian telah membuat informasi Penipuan Aroma dalam format video untuk memudahkan pelacakan.



Gambar 3
Infografis Tentang Penipuan Di Media Hub Polri

Namun ada pula Audio Visual seperti yang telah dijelaskan diatas seperti pada pemberitaan Hari Bhayangkara gelar *Stand Up Comedy dan Festival Music*’, karena dalam skripsi ini tidak dapat ditampilkan Audio Visual Saya tampilkan dalam beberapa Visual :



Gambar 4. Perlombaan *Stand Up Comedy* dan Festival Musik yang diadakan Divisi Humas Polri



Gambar 5. Peserta Sand Up Comedy Divisi Humas Polri



Gambar 6. Peserta Personel Polri Dalam Festival Musik Pada Hari Bayangkara Yang Diselenggarakan Oleh Humas Polri

Dengan demikian jelas bahwa digunakannya Infografis , hanyalah menjadi pendukung dalam Aktivitas penyampaian informasi agar lebih menarik, bisa diterima dan mudah dipahami. Karena Infografis tersebut sebenarnya hanyalah informasi yang dikemas dalam bentuk gambar, animasi dan sedikit tulisan, sehingga khalayak tidak perlu memahami narasi yang disampaikan oleh sebuah pemberitaan cukup melihat dan memahami gambar, animasi

dan alur alur yang disampaikan. Terlebih lagi dalam website Humas Polri ini disuguhkan Infografis dalam bentuk Audio Visual, Khalayak akan leboh terbantu lagi dalam memahami pemberitaan yang disampaikan Oleh Divisi Humas Polri.

Penggunaan Multi Platform media sosial pun dilakukan, hal ini dilakukan sesuai dengan hakikat dari media sosial yaitu, 1) *Compiuting* 2) *Content* and 3) *Engagement*, atau keterkaitan, ini semakin menunjukkan bahwa keterkaitan atau keterhubungan yang dilakukan dimedia sosial adalah hal yang penting, sebagai upaya memperluas penerimaan khalayak akan informasi, sebagaimana yang terlihat dalam laman <https://mediahub.polri.go.id/>, terlihat bahwa penggunaan media sosial Twitter, Instagram, Facebook serta Tiktok sudah dilakukan, dan hal itu menjadi keharusan dalam menyebarkan informasi di era digital 4.0 ini

KESIMPULAN

Studi ini berfokus pada penggunaan infografis di situs web Departemen Kepolisian sebagai informasi media internal, menekankan pentingnya menggunakan fakta, perencanaan, komunikasi, dan informasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini menekankan pentingnya menggunakan infografis untuk memberikan informasi dan relevansi dengan kebutuhan masyarakat, sementara juga memastikan bahwa informasi tersebut akurat dan dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan persepsi publik dan reputasi.

Studi ini juga menyoroti kebutuhan untuk informasi yang jelas di situs web, seperti peraturan, informasi internal dan eksternal, dan proses implementasi informasi yang transparan dan terorganisir. Studi ini juga merekomendasikan keterlibatan desainer grafis dan tim animator untuk membuat dan memelihara situs web, serta penggunaan berbagai karakter animasi dan ikon untuk mewakili citra Departemen Kepolisian pada logo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. (2015). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Keempat). Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Febriyanti, N., Choliq, M. I., & Mukti, A. W. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Kesiediaan Vaksinasi Covid-19 Pada Warga Kelurahan Dukuh Menanggal Kota Surabaya. *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian*, 3, 1–7. <https://snhrp.unipasby.ac.id/prosiding/index.php/snhrp/article/view/168>.
- Hoirun Nisak, S., & Muhyadi. (2018). Peran Humas Dalam Rangka Meningkatkan Citra Positif Lembaga Kepolisian Di Polda DIY. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 7(5), 421–427.
- Ishaq, R. A., Damayanti, N., Prihatiningsih, N., & Yuwarti, H. (2022). Pelayanan Publik Berbasis Digital di Era New Normal Polres Metro Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 159–172. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2431>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Kuswanti, A., & Oktarina, S. (2019). Pemanfaatan Media Informasi di Era Digital bagi Kemandirian Ibu Rumah Tangga. *Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development*, 1(1), 47–55. <https://doi.org/10.23960/jsp.v1i1.11>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 163–218. <http://www.erickazof.com/apa-itu->

- Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2023). Analisis Implementasi Digital Public Relations Pada Konten Instagram @Alaminuniversal. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 1–12.
<http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Vercic, D. (2009). *Mass Media and Public Relations*, " in *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research and Practice*. (K. Sriramesh & Dejan Vercic (eds.)). New York: Routledge.
- Yananingtyas, H. Z., & I. (2020). Cyber Public Relations Melalui Microblogging Dalam Menjaga Citra PemProv DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 199–212.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7456>
- Yuliansyah, H. (2020). *Gerak Komunikasi Visual*. 25–33.
- Yuliawati, & Irawan, E. P. (2016). Peran Cyber Public Relations Humas Polri Publik Secara Online. *Jurnal Politikom Indonesia*, 1(1), 208–220.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35706/jpi.v1i1.308>