

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah proses menyampaikan dan menerima pesan, informasi, gagasan, atau perasaan antara individu atau kelompok. Komunikasi merupakan kunci dalam interaksi manusia, Secara etimologi, kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris *communication*. Biasanya kata “komunikasi” diartikan dan dikenal dengan “komunikasi” begitu saja, dan orang-orang sudah mampu mendeskripsikannya, meskipun tidak semuanya tepat (Yusuf, 2021). Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting, karena merupakan satu-satunya cara bagi manusia untuk bisa mengenal dirinya dan dunia di luar dirinya. Kemampuan berkomunikasi /public speaking yang harus dimiliki oleh public Relations, seorang public relations juga harus memiliki kepercayaan diri dalam menjalani tugasnya dan Kepercayaan diri merupakan sesuatu hal yang harus dipersiapkan dalam diri seseorang, karena kepercayaan diri merupakan modal dasar bagi keberhasilan seseorang di segala bidang.

Komunikasi merupakan hal mendasar bagi kehidupan setiap manusia, baik itu manusia sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Begitu pun dalam kehidupan berorganisasi, tidak ada satu pun organisasi yang dapat terbentuk tanpa adanya komunikasi di antara para anggotanya. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik ada beberapa macam strategi komunikasi yang diperlukan untuk tercapainya tujuan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat pesat terhadap komunikasi publik di era modern. Sebelumnya komunikasi publik terjadi secara konvensional melalui media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi, di mana arus informasi bersifat satu arah—dari lembaga penyampai pesan kepada masyarakat sebagai penerima pasif. Namun, kini hal tersebut telah berubah seiring hadirnya media digital dan media sosial yang memungkinkan interaksi dua arah bahkan multi-arah antara institusi dan publiknya.

Komunikasi multi arah kepolisian dan publiknya dilakukan melalui media sosial. Penyebaran informasi yang cepat di media sosial membuat setiap tindakan polisi dapat langsung menjadi pusat perhatian publik. Kesalahan kecil dalam penyebarluasan informasi dapat membentuk opini publik tentang institusi tersebut karena itu institusi kepolisian perlu menerapkan strategi komunikasi publik yang merespons hal tersebut. Strategi komunikasi publik yang terbuka, cepat tanggap, dan empatik adalah salah satu bentuk atau strategi institusi untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut.

Dalam perakteknya strategi komunikasi di lembaga juga digunakan oleh salah satunya instansi kepolisian yang ada di Kupang Kota yaitu Polresta Kupang Kota. berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh penulis bersama bapak Firginius Ricky Awe selaku Kepala Sub Seksi Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi Humas Polresta Kupang Kota pada Kamis 25 September 2025, penulis mendapatkan informasi bahwa strategi komunikasi hubungan masyarakat yang dibangun di Polresta Kupang Kota sangat penting dan berkaitan erat dengan penyebaran

informasi mengenai kasus-kasus kriminal maupun kegiatan-kegiatan yang ada di Polresta Kupang Kota.

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki strategi-strategi tersendiri dalam memajukan perusahaannya dan membangun citra positif. Aktivitas strategi pada setiap lembaga atau organisasi yang pada umumnya berkaitan dengan usaha mengembangkan suatu tim kerja sama atau kelompok orang dalam satu kesatuan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.

Citra positif sangat penting dibangun oleh humas sehingga dapat melekat baik di mata masyarakat maupun di mata pemerintahan. Dalam upaya untuk membangun citra positif, komunikasi dan keterbukaan merupakan hal yang penting. Dalam membangun citra positif, humas dapat memanfaatkan bantuan media. Terutama di era globalisasi ini yang di mana perkembangan teknologi menjadi semakin pesat sehingga membuat arus informasi pun mengalir dengan cepat dan membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi. Dari berbagai bentuk pemanfaatan media tersebut salah satunya adalah melalui media baru yaitu internet dengan mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan teknologi. Daya jangkauan media ini sangat luas karena tidak dibatasi ruang dan waktu. Selama perangkat yang dibutuhkan tersedia dan selama jaringan internet tersedia, maka informasi yang dicari pun dapat dengan mudah diakses. Salah satu bentuk media baru adalah Media sosial (Nada dkk., 2017).

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. Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Liedfray, 2022).

Media sosial merupakan media online atau daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi, berinteraksi, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi atau konten untuk digunakan para penggunanya melalui perangkat aplikasi khusus dengan jaringan internet tanpa dibatasi oleh ruang atau waktu. Dengan adanya media sosial ini pengguna dapat terhubung dengan banyak orang, diskusi bersama, membuat forum, mengunggah aktivitas keseharian, dan berbagi informasi lainnya dengan mudah melalui koneksi internet salah satu media sosial yang sering digunakan akhir-akhir ini adalah instagram.

Instagram atau sering disebut IG merupakan jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan penggunanya untuk berbagi gambar serta video dan dapat menerapkan *filter* pada foto maupun video kemudian menyebarkannya ke jejaring sosial lainnya. Instagram berasal dari dua kata, yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video secara instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata

telegram, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat (Feroza dkk., 2021).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh Polresta Kupang Kota dalam penyebaran informasi maupun berita yang terjadi di kota kupang. Polresta menggunakan instagram sebagai media publikasi informasi karena bisa menjangkau masyarakat secara luas, akun instagram Humas Polresta Kupang kota memiliki jumlah pengikut 16,2rb sehingga memungkinkan informasi tersebar secara luas ke masyarakat. Humas Polresta Kupang Kota memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram seperti *postingan/feed* untuk mengunggah kegiatan resmi seperti operasi, apel bersama dan patrol kegiatan masyarakat, Ada juga video pendek/*reels* untuk menampilkan kegiatan-kegiatan lapangan lalu ada cerita/*story* yang digunakan untuk *update* pengumuman atau membagikan kembali hasil postingan yang dipost sebelumnya. Humas Polresta Kupang Kota juga mencantumkan lokasi serta tegar dalam setiap postingan. Selain itu setiap postingan dilengkapi dengan *caption* atau keterangan terkait postingan dan jika postingan tersebut berisikan berita humas Polresta Kupang Kota akan menampilkan link berita. Humas Polresta Kupang Kota juga mengaktifkan kolom komentar sebagai ruang untuk masyarakat memberikan kriti atau saran kepada kepolosian kota kupang.

Komunikasi pada dasarnya merupakan sarana penting yang memungkinkan terjalinnya pemahaman bersama, baik dalam kehidupan individu, sosial, maupun organisasi. Dalam organisasi besar seperti Polresta Kupang Kota, komunikasi

bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi strategi utama dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawab kepada masyarakat luas. Strategi komunikasi humas Polresta Kupang Kota berperan penting dalam menyampaikan informasi tentang kasus kriminal, kegiatan kepolisian, maupun berbagai program kerja yang berkaitan langsung dengan kepentingan masyarakat. Melalui perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, setiap informasi yang dipublikasikan ditujukan untuk menjaga keterbukaan dan membangun citra positif institusi kepolisian. Di era globalisasi dengan perkembangan teknologi yang pesat, Humas Polresta Kupang Kota memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan karena jangkauannya luas, penyebaran informasinya cepat, serta mampu membuka ruang interaksi langsung antara polisi dan masyarakat. Dengan jumlah pengikut yang cukup banyak, akun Instagram Humas Polresta Kupang Kota dapat menjadi saluran utama publikasi dan juga wadah bagi masyarakat melalui komentar, kritik, dan saran. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dijalankan oleh Polresta Kupang Kota melalui humas tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga menjadi jembatan untuk memperkuat hubungan antara kepolisian dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif, didukung oleh pemanfaatan media modern, bisa membantu Polresta Kupang Kota menjalankan tugasnya dengan lebih transparan, akuntabel, serta lebih dekat dengan masyarakat.

Novelty penelitian terletak pada fokus mendalam pada adaptasi taktis Humas kepolisian daerah dalam memanfaatkan fitur spesifik Instagram (seperti Stories, Reels, dan interaksi di kolom komentar) untuk humanisasi citra, transparansi

kegiatan, dan edukasi publik di wilayah Kupang Kota. Ini merupakan kontribusi baru dalam memahami manajemen reputasi instansi pemerintah di era digital, khususnya dalam konteks kepolisian daerah, yang seringkali menghadapi tantangan unik dalam menjalin kedekatan dengan masyarakat melalui media sosial. Untuk menjawab penelitian diatas penulis menggunakan teori strategi komunikasi dengan 4 tahapan yaitu: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin tahu bagaimana cara kerja (strategi) Humas Polres Kupang Kota ketika mereka menggunakan Instagram. Penulis fokus pada Instagram karena ini adalah alat komunikasi yang paling banyak dipakai orang sekarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Kepolisian Dalam Membangun Citra Positif (Studi Kasus Pada Polresta Kupang Kota Melalui Instagram @Humaspolresta_Kupangkota)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Kepolisian Dalam Membangun Citra Positif (Studi Kasus Pada Polresta Kupang Kota Melalui Instagram @Humaspolresta_Kupangkota

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu, demikian pula manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi dalam pengembangan ilmu serta memperkaya kajian teori-teori komunikasi yang berKeterkaitan dengan Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Kepolisian Dalam Membangun Citra Positif (Studi Kasus Pada Polresta Kupang Kota Melalui Instagram @Humaspolresta_Kupangkota

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Untuk mahasiswa bisa mengetahui bagaimana dengan Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Kepolisian Dalam Membangun Citra Positif (Studi Kasus Pada Polresta Kupang Kota Melalui Instagram @Humaspolresta_Kupangkota
- b) Untuk Almamater diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik secara khusus mahasiswa ilmu komunikasi yang tertarik melakukan penelitian di bidang yang sama.
- c) Untuk penulis, penelitian ini ialah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi.

1.5 Kerangka Berpikir, Asumsi serta Hipotesis

Pada aspek ini ialah dasar yang menjadi landasan peneliti dalam sebelum melakukan penelitian. Bagian ini terdiri dari kerangka berpikir, asumsi serta hipotesis.

1.5.1 Kerangka Berpikir

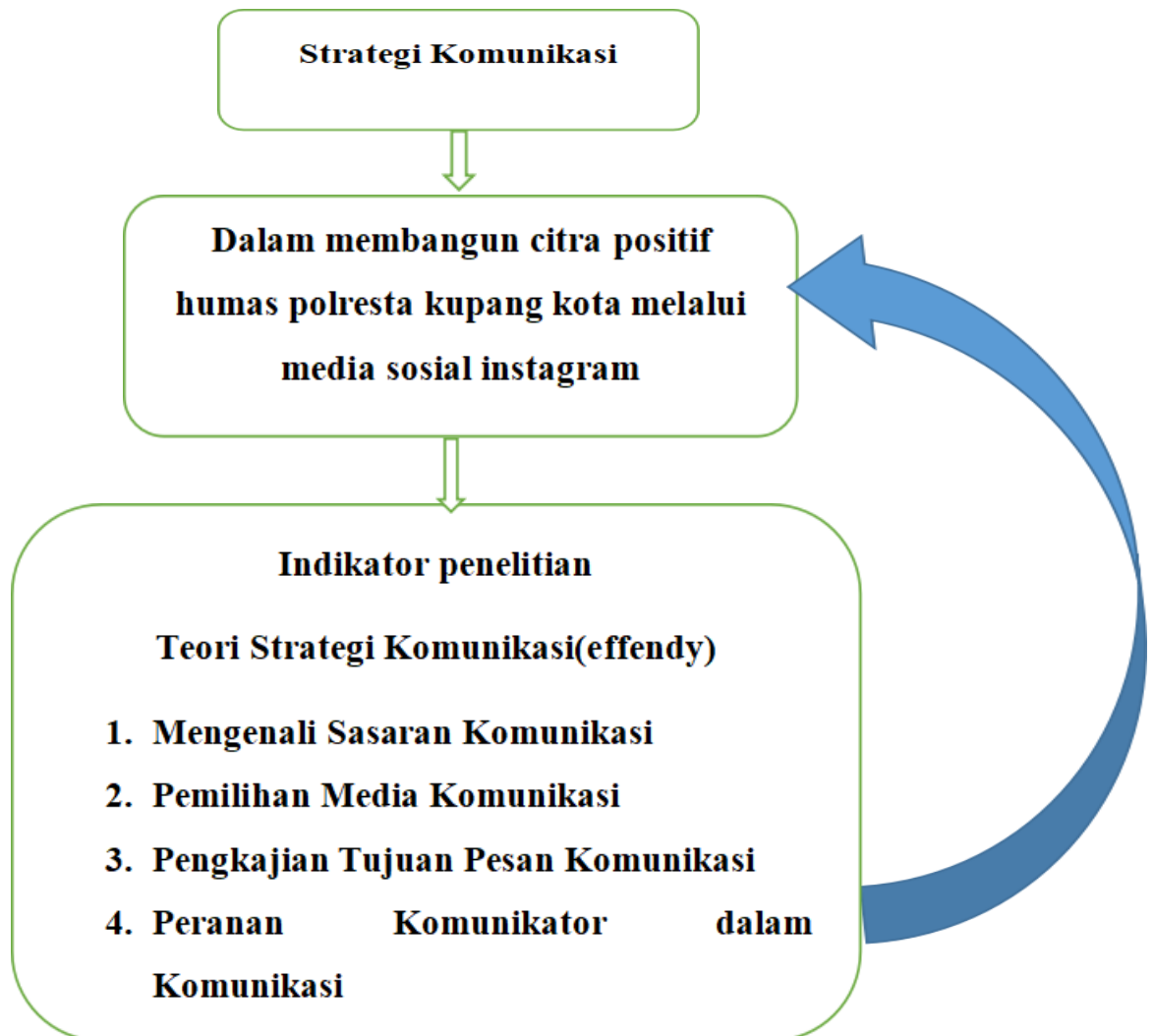
Menurut Sugiono (2019) (dalam Syahputri Zahra Addini dkk., 2023) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir penelitian ialah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan.

Penelitian ini berangkat dari penggunaan strategi komunikasi sebagai landasan utama. Strategi komunikasi diterapkan oleh Humas Polresta Kupang Kota dalam upayanya membangun citra positif melalui media sosial Instagram. Instagram dipilih sebagai media karena karakteristiknya yang visual, interaktif, dan memiliki jangkauan luas di masyarakat, terutama generasi muda. Untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi tersebut dijalankan, penelitian ini menggunakan indikator dari Teori Strategi Komunikasi menurut Effendy yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu: Mengenali sasaran komunikasi, Pemilihan Media komunikasi, Pengkajian tujuan pesan komunikasi, Peranan komunikator dalam komunikasi. Keempat indikator ini digunakan sebagai panduan untuk

menilai apakah strategi komunikasi yang dilakukan humas melalui Instagram mampu membangun citra positif Polresta Kupang Kota secara efektif.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana cara Menganalisis Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Polresta Kupang Kota Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Sosial Instagram @humaspolresta_kupangkota. Dengan demikian untuk memperjelas dapat dilihat pada kerangka pemikiran peneliti yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Bagan1. 1
Kerangka Pemikiran Penulis



Sumbe: Penulis, 2025

1.5.2 Asumsi

Asumsi merupakan anggapan dasar yang diakui kebenarannya atau dianggap benar tanpa harus dibuktikan terlebih dahulu (Mustafa, 2022:66). Penulis membuat asumsi bahwa Polresta Kupang Kota membangun citra positif melalui media sosial instagram.

1.5.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau suatu pendapat yang masih bersifat sementara dari suatu permasalahan (Mustafa, 2022:59). Hipotesis dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dalam membangun citra positif melalui media sosial instagram @humaspolresta_kotakupang dengan menggunakan tahapan strategi komunikasi menurut Effendi yaitu: Mengenali sasaran komunikasi, Pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi.