

**Analisis Strategi Komunikasi Publik Humas Polres Kota Sukabumi dalam
Penyebaran Informasi Kamtibmas Melalui Akun Instagram
@Polres_Sukabumikota**

Tisatuladiah Gustian F¹, Dr. David Rizar Nugroho., M.Si.²

Komunikasi Digital dan Media, IPB University ^{1,2}

1frisanditessa@gmail.com, 2davidrizarnugroho@unpak.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the public communication strategy implemented by the Public Relations Division of Polres Sukabumi Kota through Instagram in disseminating public security and order information (kamtibmas). The rapid development of digital communication has encouraged government institutions, including the police, to utilize social media as an effective medium for delivering information to the public. This research employed a qualitative descriptive approach using interviews, observations, documentation, active participation, and continuous observation techniques. The informants consisted of the Head of Public Relations, Instagram administrators, and Public Relations members involved in content production and public communication activities. The study applied the Corporate Communication theory proposed by Argenti, focusing on four main elements: corporation, messages, constituencies, and constituency response. The findings indicate that Instagram is strategically utilized to distribute information quickly, interactively, and visually through various content formats such as reels, stories, photos, videos, and educational captions. The communication strategy emphasizes informative, humanistic, transparent, and adaptive messages to strengthen public trust and institutional image. In addition, audience engagement through comments, shares, likes, and direct messages demonstrates the effectiveness of two-way communication between the institution and society. However, challenges such as misinformation, rapid issue circulation, and limited human resources remain significant obstacles in managing digital public communication. Overall, the use of Instagram has become an effective communication tool for strengthening public relations and improving community engagement in maintaining public security and order.

Keywords: Public Communication, Public Relations, Instagram, Police

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang diterapkan oleh Divisi Humas Polres Sukabumi Kota melalui Instagram dalam penyebaran informasi keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas). Perkembangan komunikasi digital yang semakin pesat mendorong institusi pemerintah, termasuk kepolisian, untuk memanfaatkan media sosial sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini

menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi, partisipasi aktif, dan pengamatan berkelanjutan. Informan penelitian terdiri atas Kepala Seksi Humas, admin Instagram, serta anggota Humas yang terlibat dalam produksi konten dan aktivitas komunikasi publik. Penelitian ini menggunakan teori *Corporate Communication* dari Argenti yang berfokus pada empat unsur utama, yaitu *corporation*, *messages*, *constituencies*, dan *constituency response*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan secara strategis untuk menyebarkan informasi secara cepat, interaktif, dan visual melalui berbagai format konten seperti *reels*, *story*, foto, video, dan caption edukatif. Strategi komunikasi yang diterapkan menekankan pesan yang informatif, humanis, transparan, dan adaptif untuk memperkuat kepercayaan publik serta citra institusi. Selain itu, keterlibatan audiens melalui komentar, likes, shares, dan pesan langsung menunjukkan efektivitas komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat. Namun, tantangan seperti penyebaran *hoaks*, cepatnya peredaran isu, serta keterbatasan sumber daya manusia masih menjadi hambatan dalam pengelolaan komunikasi publik digital. Secara keseluruhan, penggunaan Instagram menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam memperkuat hubungan masyarakat serta meningkatkan keterlibatan publik dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi publik, Humas, Instagram, Kepolisian

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital pada era modern telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi masyarakat. Kehadiran internet dan media sosial membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat, luas, dan interaktif. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga dimanfaatkan oleh berbagai institusi pemerintah sebagai media komunikasi publik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara efektif. Salah satu

platform media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram karena memiliki fitur visual yang menarik, mudah diakses, dan mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik juga dilakukan oleh institusi kepolisian, termasuk Polres Sukabumi Kota. Kehadiran media sosial Instagram menjadi salah satu upaya kepolisian dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat melalui penyebaran informasi keamanan dan ketertiban

masyarakat (kamtibmas), edukasi, pelayanan publik, serta publikasi kegiatan kepolisian. Media sosial dinilai mampu menciptakan komunikasi dua arah antara institusi dengan masyarakat melalui fitur komentar, pesan langsung, maupun interaksi lainnya sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima secara cepat dan terbuka.

Dalam pelaksanaannya, pengelolaan media sosial kepolisian memerlukan strategi komunikasi publik yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat dipahami masyarakat serta mampu membangun citra positif institusi. Strategi komunikasi publik menjadi penting karena setiap informasi yang dipublikasikan berkaitan langsung dengan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Selain itu, perkembangan media digital juga memunculkan berbagai tantangan seperti penyebaran hoaks, cepatnya peredaran informasi, serta tingginya tuntutan masyarakat terhadap transparansi dan kecepatan penyampaian informasi publik. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial oleh humas kepolisian harus dilakukan secara profesional, informatif, edukatif, dan humanis.

Fenomena penggunaan media sosial oleh institusi pemerintah menunjukkan bahwa komunikasi publik tidak lagi hanya dilakukan melalui media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar, tetapi juga melalui platform digital yang lebih interaktif. Menurut Argenti dalam teori *Corporate Communication*, komunikasi organisasi memiliki peran penting dalam membangun hubungan dengan publik melalui penyampaian pesan yang terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Teori ini menekankan empat unsur utama yaitu *corporation*, *messages*, *constituencies*, dan *constituency response* yang menjadi dasar dalam proses komunikasi publik suatu institusi. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut relevan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi publik Humas Polres Sukabumi Kota dilakukan melalui media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil observasi awal, akun Instagram Humas Polres Sukabumi Kota aktif membagikan berbagai konten informasi seperti imbauan kamtibmas, dokumentasi kegiatan kepolisian, edukasi masyarakat, informasi pelayanan publik, hingga klarifikasi isu yang

berkembang di masyarakat. Konten yang dipublikasikan dikemas dalam bentuk foto, video, *reels*, *story*, dan caption informatif untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Aktivitas tersebut menunjukkan adanya upaya institusi kepolisian dalam menyesuaikan pola komunikasi publik dengan perkembangan teknologi digital.

Namun demikian, efektivitas strategi komunikasi publik melalui media sosial masih menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih mendalam. Penggunaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga menyangkut bagaimana institusi mampu membangun interaksi, menjaga citra positif, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap kepolisian. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi publik yang dilakukan Humas Polres Sukabumi Kota melalui Instagram dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi publik Humas Polres Sukabumi Kota melalui media sosial

Instagram serta mengetahui bagaimana pengelolaan konten dan respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis sebagai referensi dalam kajian komunikasi publik dan media digital, serta secara praktis dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan strategi komunikasi publik bagi institusi kepolisian dalam memanfaatkan media sosial secara efektif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Polres Sukabumi Kota melalui media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada proses, makna, serta pemahaman mendalam mengenai pengelolaan komunikasi publik dalam media digital. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fenomena komunikasi publik berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian dilaksanakan di bagian Humas Polres Sukabumi Kota dengan fokus pada pengelolaan akun

Instagram dalam penyampaian informasi keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas), pelayanan publik, edukasi masyarakat, serta publikasi kegiatan kepolisian.

Informan penelitian terdiri atas Kepala Seksi Humas, admin media sosial Instagram, dan anggota Humas yang terlibat langsung dalam proses produksi konten dan aktivitas komunikasi publik. Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan, pengalaman, dan pemahaman terhadap objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, partisipasi aktif, dan pengamatan berkelanjutan. Wawancara dilakukan secara langsung untuk memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi publik, proses pengelolaan media sosial, bentuk interaksi dengan masyarakat, serta kendala yang dihadapi dalam penyampaian informasi publik. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pengelolaan akun Instagram dan respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa foto, arsip

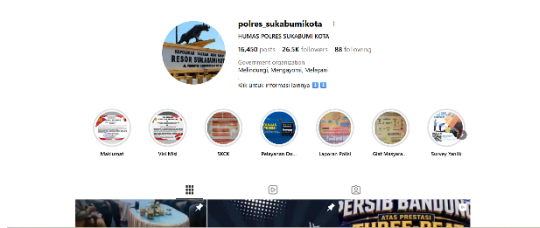
kegiatan, dan tangkapan layar unggahan Instagram.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik agar data yang diperoleh memiliki tingkat kredibilitas tinggi dan sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Publik Humas Polres Sukabumi Kota melalui Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, Sihumas Polres Sukabumi Kota menerapkan strategi komunikasi publik yang cepat, humanis, transparan, dan adaptif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Strategi tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran informasi kamtibmas, layanan publik, edukasi, serta publikasi kegiatan kepolisian. Informasi yang disampaikan dikemas dalam bentuk berita, video edukasi, imbauan, *reels*, hingga konten kreatif yang mudah dipahami masyarakat.



Gambar 1 Tampilan Akun Instagram Humas Polres Sukabumi Kota

Pemanfaatan Instagram dipilih karena dinilai mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Selain itu, media sosial juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara institusi kepolisian dengan masyarakat melalui fitur komentar maupun pesan langsung (*direct message*). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya digunakan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan dan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

Dalam proses penyusunan konten, Humas Polres Sukabumi Kota terlebih dahulu menentukan isu atau informasi yang akan dipublikasikan berdasarkan situasi kamtibmas, program prioritas kepolisian, serta isu yang sedang berkembang di masyarakat. Setelah itu, dilakukan penyusunan narasi yang informatif,

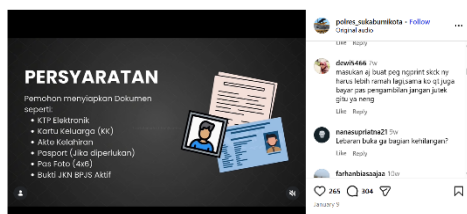
edukatif, dan mudah dipahami sebelum dikemas dalam bentuk foto, video, atau desain grafis. Seluruh konten yang akan dipublikasikan juga harus melalui proses verifikasi oleh Kasubsi Penmas, Kasubsi PIDM, Kasi Humas, hingga Kapolres untuk memastikan isi informasi sesuai dengan kebijakan institusi dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pedoman atau standar komunikasi publik yang digunakan dalam pengelolaan media sosial. Pedoman tersebut menekankan pada aspek etika komunikasi, akurasi informasi, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta penyampaian pesan yang bersifat edukatif dan humanis. Hal ini penting untuk menjaga citra institusi kepolisian di tengah tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat.

Selain itu, strategi komunikasi publik yang dilakukan Humas Polres Sukabumi Kota juga terlihat dari penggunaan berbagai fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan *Live*. Penggunaan fitur tersebut dinilai efektif untuk meningkatkan jangkauan informasi, interaksi dengan

masyarakat, serta membuat penyampaian pesan menjadi lebih menarik dan aktual. Konten video pendek atau *reels* menjadi salah satu strategi utama karena lebih mudah menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Dalam pengelolaan akun Instagram, Humas Polres Sukabumi Kota melakukan unggahan secara rutin sekitar 7–14 kali dalam satu minggu. Konsistensi unggahan tersebut bertujuan agar masyarakat tetap mendapatkan informasi terbaru terkait situasi kamtibmas maupun kegiatan kepolisian. Efektivitas penyebaran informasi kemudian dievaluasi melalui fitur *insight* Instagram, seperti jumlah *viewers*, *reach*, *engagement*, *like*, komentar, *share*, serta *respons* masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan.



Gambar 2 Interaksi Masyarakat pada Konten Instagram Humas Polres Sukabumi Kota

Berdasarkan hasil wawancara, tantangan utama dalam pengelolaan komunikasi publik melalui media sosial adalah cepatnya penyebaran *hoaks*, tingginya ekspektasi masyarakat terhadap kecepatan respons, keterbatasan personel, serta kebutuhan untuk menghasilkan konten yang menarik namun tetap sesuai etika institusi. Untuk mengatasi hal tersebut, Humas Polres Sukabumi Kota melakukan monitoring media sosial secara aktif dan memberikan klarifikasi terhadap isu sensitif secara cepat, bijak, dan profesional berdasarkan fakta yang ada.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki peran penting dalam membangun citra positif institusi kepolisian. Kehadiran Humas Polres Sukabumi Kota di media sosial dinilai mampu meningkatkan kedekatan dengan masyarakat karena komunikasi dapat dilakukan secara lebih terbuka dan interaktif dibandingkan sebelumnya. Dengan demikian, strategi komunikasi publik melalui Instagram menjadi salah satu bentuk adaptasi institusi kepolisian terhadap perkembangan teknologi digital dan kebutuhan masyarakat

modern dalam memperoleh informasi secara cepat dan mudah diakses.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Polres Sukabumi Kota melalui media sosial Instagram telah berjalan secara efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital yang mampu menyebarkan informasi secara cepat, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Berbagai jenis konten seperti *reels*, *story*, foto, video, dan caption edukatif digunakan untuk menyampaikan informasi keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas), pelayanan publik, serta publikasi kegiatan kepolisian.

Strategi komunikasi yang diterapkan menekankan penyampaian pesan yang informatif, humanis, transparan, dan adaptif sehingga mampu meningkatkan kedekatan antara institusi kepolisian dengan masyarakat. Penggunaan media sosial juga membantu Humas Polres Sukabumi Kota dalam membangun citra positif institusi di tengah perkembangan komunikasi

digital yang semakin pesat. Penyampaian informasi yang cepat dan terbuka membuat masyarakat lebih mudah memperoleh informasi terkait kegiatan maupun pelayanan kepolisian.

Selain itu, interaksi yang terjadi melalui komentar, likes, shares, dan pesan langsung menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang efektif antara institusi kepolisian dengan masyarakat. Kehadiran Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Penggunaan fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan *Live* juga dinilai mampu meningkatkan jangkauan informasi serta membuat penyampaian pesan menjadi lebih menarik bagi masyarakat, khususnya generasi muda.

Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala seperti penyebaran hoaks, cepatnya peredaran isu di media sosial, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan konten digital. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi komunikasi

yang lebih inovatif, konsisten, dan responsif agar komunikasi publik melalui media sosial dapat berjalan lebih optimal serta mampu mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan informasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber, dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Anggirawati, R., Purnawan, D., & Joni, M. (2025). Strategi cyber public relations kepolisian dalam meningkatkan citra institusi melalui media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 45–60.
- APJII. (2025). *Laporan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. Jakarta: APJII.
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2020). Public relations dalam komunikasi organisasi di era media digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 1–12.
- Argenti, P. A. (2013). *Corporate communication*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Arianto, & Handayani. (2023). Komunikasi digital sebagai instrumen penyebaran informasi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 77–89.
- Azhary, et al. (2024). Transparansi informasi dalam membangun kepercayaan dan citra positif institusi. *Jurnal Administrasi Publik*, 11(1), 33–45.
- Azzahra, & Purnamasari. (2021). Strategi komunikasi humas kepolisian dalam pemanfaatan Instagram sebagai media informasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 101–112.
- Cangara, H. (2020). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2012). *Effective public relations*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat, & Rahmawati. (2022). Analisis komunikasi publik digital pemerintah daerah melalui media sosial Instagram. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 6(1), 55–68.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lovella, & Azmi. (2024). Instagram sebagai media komunikasi publik visual yang efektif. *Jurnal Media Sosial*, 8(1), 14–25.
- Maharani, & Herdono. (2024). Strategi komunikasi krisis humas kepolisian melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi Visual*, 7(4), 332–345.
- Maulana, & Sari. (2023). Transformasi komunikasi digital dalam strategi komunikasi organisasi publik. *Jurnal Komunikasi Publik*, 10(2), 120–132.
- Mekarisce. (2024). Strategi komunikasi publik dalam meningkatkan kepercayaan terhadap institusi kepolisian. *Jurnal Administrasi Publik*, 15(1), 22–35.
- Pratama, & Wibowo. (2023). Strategi pengelolaan media sosial kepolisian dalam membangun citra

- institusi. *Jurnal Humas Indonesia*, 4(3), 87–98.
- Rahardiansyah, & Hartanto. (2024). Strategi komunikasi humas kepolisian dalam membangun kepercayaan publik di era digital. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 9(1), 65–79.
- Raharjo, & Lestari. (2021). Strategi komunikasi digital kepolisian dalam edukasi hukum kepada masyarakat. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 98–109.
- Ridho, et al. (2024). Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan untuk pemahaman bersama. *Jurnal Ilmu Sosial*, 13(1), 44–53.
- Safira, & Zurani. (2022). Terpaan media terhadap pemenuhan kebutuhan informasi melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 8(2), 90–101.
- Safitri, & Nugraha. (2024). Implementasi strategi komunikasi publik dalam penyebaran informasi keamanan di era digital. *Jurnal Administrasi Negara*, 12(3), 150–162.
- Santoso, H. (2022). Media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah lembaga pemerintah. *Jurnal Pemerintahan Digital*, 5(1), 11–22.
- Setiawan, & Ananda. (2022). Pengelolaan konten Instagram instansi pemerintah dalam meningkatkan engagement. *Jurnal Media Digital*, 7(3), 134–145.
- Syahrani, A. W., & Widiyatmoko. (2024). Kecepatan respons dan pengelolaan isu dalam komunikasi digital. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 6(2), 88–97.
- Utami, & Kurniawan. (2025). Peran humas pemerintah dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial. *Jurnal Humas Pemerintah*, 10(1), 20–34.
- Watie. (2025). Implementasi digital public relations pada institusi kepolisian. *Jurnal Humas Pemerintah*, 9(2), 88–102.
- Zahra, & Santoso. (2025). Efektivitas komunikasi organisasi dalam menghasilkan respons publik. *Jurnal Komunikasi Organisasi*, 11(1), 40–52.
- Zainuddin, & Fitria. (2023). Komunikasi publik berbasis media sosial pada lembaga pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 112–125.
- Zubair, & Prakoso. (2024). Strategi humas dalam mengelola opini publik di era digital. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2), 145–158.