

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam mengelola suatu instansi perlunya memiliki pengelolaan komunikasi yang baik dengan publiknya. Media sosial merupakan salah satu jembatan komunikasi dengan seluruh elemen masyarakat. Media sosial merupakan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan, karena media sosial menjadi salah satu jawaban efektif komunikasi dengan masyarakat guna membangun hubungan yang baik antara publik dan suatu instansi. Seiring dengan perkembangan teknologi pemanfaatan media sosial dalam aktivitas kehumasan media sosial merupakan salah satu media komunikasi yang lebih cepat, terarah, efisien, dan bisa mengakomodir kebutuhan akan keterbukaan.

Media sosial berkaitan dengan penyebaran informasi yang luas, serta akses informasi yang mudah dan cepat yang membuat efektifitas kinerja humas menjadi maksimal dan meningkat. Sadar akan tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat, pihak kepolisian harus memanfaatkannya dengan maksimal. Polda DIY merupakan barometer stabilitas keamanan dan ketertiban di wilayah Provinsi Yogyakarta, kepolisian merupakan satu-satunya aparat penegak kamtibmas dan penegak hukum seutuhnya dan fungsi yang dimiliki kepolisian tersebut tidak terbagi perannya dengan pemerintah daerah, hak dan wewenang tersebut hanya dimiliki oleh pihak kepolisian.

Kepolisian memiliki permukaan yang luas dalam berinteraksi dengan masyarakat mulai dari peristiwa ditemukannya bayi dibuang hingga orang meninggal yang tidak dikenali identitasnya, hal tersebut tidak lepas dari posisi

kepolisian di tengah masyarakat yang artinya bahwa kepolisian khususnya humas kepolisian harus proaktif mengikuti wacana pembicaraan dan diskusi publik. Kepolisian merupakan alat Negara yang berperan dalam memelihara kamtibmas, menegakkan hukum, memberikan pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat.

Dalam menjalankan perannya, kepolisian wajib memiliki keahlian dan keterampilan secara profesional. Segala usaha dan kegiatan pembinaan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, kesadaran hukum dan peraturan undang-undangan, menjaga keselamatan orang, memberikan perlindungan dan pertolongan, khususnya mencegah pelanggaran hukum, kepolisian melakukan pendekatan kepada masyarakat secara sosial dan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain serta melakukan kegiatan seperti patroli, penjagaan, pengawalan, dan pengaturan.

Humas Polda DIY memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui akun resmi instagram Polda DIY. Hingga saat ini akun instagram @poldajogja yang memiliki sebanyak 63,8 ribu pengikut, lebih dari 500 penyuka, Instagram dengan karakteristik salah satu platform media sosial yang memiliki faktor publikasi yang lugas dan efektif hal tersebut yang menjadikan salah satu media andalan bagi Polda DIY.

Sebagai sarana publikasi dan informasi media sosial Instagram Polda DIY juga dijadikan sebagai salah satu alat pemantau masyarakat pengguna media sosial. Polda DIY memang seharusnya memanfaatkan media sosial secara efektif, dengan memanfaatkan media sosial Polda DIY mampu menjaga kepercayaan masyarakat (*trust*) karena kepercayaan masyarakat harus tetap dipelihara agar sentimen publik berimbang.



Sumber : Hootsuite (*We Are Social*) Indonesia Digital Report 2019

Gambar 1. 1 Infografis Perkembangan Media Sosial Instagram 2019

Infografis tersebut menggambarkan tentang perkembangan pengguna media sosial Instagram pada tahun 2019 secara keseluruhan di Indonesia. Total pengguna Instagram mencapai 62 juta pengguna, hal tersebut menunjukkan mayoritas pengguna internet untuk berinteraksi salah satunya menggunakan media sosial Instagram. Jumlah pengguna media sosial Instagram kini mencapai 29% dari jumlah total penduduk Indonesia dengan mayoritas diatas usia 13 tahun, dengan jumlah presentase pengguna berjenis kelamin perempuan 49% dan laki-laki 51%.

Media sosial Instagram merupakan aplikasi yang paling populer dikalangan masyarakat yang telah dilengkapi fitur-fitur yang canggih dan gratis. Instagram memiliki performa yang baik di *handphone* yang mudah untuk digunakan, salah satu aplikasi yang konsisten terhadap konten berbentuk foto dan video, kini masyarakat lebih memilih membaca informasi secara visual. Foto yang diunggah melalui Instagram biasanya akan disertai *caption* yang menarik beserta *hashtag* untuk suatu kepentingan tertentu dan bertujuan mempermudah dalam proses pencarian. Instagram juga selalu mengembangkan fitur-fitur yang mereka miliki.

Munculnya Instagram ditengah masyarakat memberikan kemudahan kepada

penggunanya, karena Instagram memiliki daya tarik tersendiri di kalangan pengguna platform media sosial, banyak masyarakat yang menjadikan Instagram sebagai peluang bisnis, eksistensi diri, promosi, dan tempat informasi. Media sosial menawarkan bagaimana cara membangun komunikasi dengan merubah pola interaksi sosial, cara berkomunikasi lebih efektif, mengubah dengan cepat perilaku dan gaya hidup, dan mampu membentuk persepsi juga opini publik.

Tabel 1. 1
Perbedaan Jumlah *Followers*, Penyuka, Postingan Media Sosial Instagram

Nama Instansi	Nama Akun	Pengikut	Penyuka	Postingan
Polda DIY	@poldajogja	63.800	>500	8.460
Dishub DIY	@dishubdiy	9.544	>100	367
Satpol PP DIY	@satpolppjogja	1.124	>100	72

Sumber: Media Sosial Instagram Resmi Polda DIY, Dinas Perhubungan DIY, Satpol PP DIY.

Tabel tersebut menjelaskan beberapa instansi yang menggunakan Instagram sebagai sarana publikasi dan informasi, jika dibandingkan dengan instansi lain yang terdapat pada tabel, Polda DIY menempati urutan pertama dengan jumlah *followers* paling banyak dibandingkan dengan jumlah *followers* instansi lainnya dan jumlah penyuka paling banyak di antara jumlah penyuk instansi lainnya. Jumlah *followers* Polda DIY mencapai 63,8 ribu pengikut dengan lebih dari 500 penyuka.

Sebuah instansi kepolisian diminta untuk mampu mengambil keuntungan dari hadirnya media sosial dengan menaruh perhatian lebih terhadap media sosial untuk memberdayakan media sosial sebagai salah satu kekuatan. Selain menjadi salah satu sumber kekuatan juga sekaligus berfungsi untuk membangun dan menyiapkan strategi menyampaikan informasi secara berimbang, menjangring

aspirasi dan harapan masyarakat, sekaligus memanfaatkan sebagai alat penghitung berita negatif.

Serangkaian kasus kekerasan yang terjadi dalam aksi unjuk rasa penolakan RKHUP dan pelemahan KPK menjelaskan bentuk kekerasan tersebut berupa pukulan, kriminalisasi, intimidasi, dan penghapusan video. Hal tersebut terjadi karena terdapat unsur ketidak terimaan adanya perekaman saat aparat melakukan tindak kekerasan kepada massa aksi. Aksi yang berujung kekerasan banyak terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta, Medan, Jawa Barat, Riau dan lainnya, kekerasan tersebut terjadi antara pihak aparat dan massa aksi seperti mahasiswa dan jurnalis.

Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) yang berisikan pasal karet yang tidak jelas dan dapat dimanfaatkan oleh oknum yang berkepentingan. KUHP memuat pasal karet sehingga pasal karet tersebut akan memberikan kewenangan menindaklanjuti terhadap pelanggar hukum tanpa mengetahui batasan yang jelas, juga meliputi Undang-Undang KPK yang terdapat beberapa unsur dianggap krusial dan menurunkan independensi KPK. Hukuman terhadap perempuan yang menggugurkan kandungannya dan meminta orang lain untuk menggugurkan kandungannya yang menjadi permasalahan adalah terkait hukum tersebut tidak terdapat pengecualian dan melihat keadaan darurat secara medis terhadap korban pemerkosaan. Pasal yang mengatur mengenai gelandangan yang dapat diketahui bahwa gelandangan dikenai pidana dan denda sementara fakir miskin dan anak terlantar dipelihara oleh negara.

Adanya pertemuan secara tertutup mengenai rancangan KUHP adalah hal yang sebenarnya mendorong masyarakat untuk melakukan unjuk rasa dan mengkritisi hal tersebut, karena apabila perumusan tersebut tidak memikirkan dampak secara luas tentu saja akan menimbulkan hal buruk, masyarakat menilai

pengesahan KUHP dilakukan sangat cepat dan tanpa pertimbangan. Beberapa pasal masih menjadi perdebatan bahkan dibahas secara diam-diam. Undang-undang yang mengatur tentang KPK terlihat sangat melemahkan KPK dan suatu hal yang mengalami kemunduran untuk melakukan pemberantasan korupsi di Indonesia.

Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya aksi unjuk rasa yang dikarenakan rancangan KUHP karena dinilai dapat memberi dampak buruk bagi masyarakat luas. Berbeda dengan aksi unjuk rasa yang digelar di Yogyakarta yang diikuti ribuan mahasiswa dari berbagai universitas di Yogyakarta menolak segala bentuk pelemahan terhadap upaya pemberantasan korupsi serta mendesak Presiden untuk menerbitkan peraturan pemerintah (Perpu) pengganti undang-undang mengenai UU KPK hasil revisi dan RKUHP.

Aksi unjuk rasa yang digelar di Yogyakarta yang dilakukan sebanyak dua gelombang merupakan aksi damai yang tidak berujung kekerasan, kesuksesan aksi damai yang digelar di Yogyakarta merupakan hasil jerih payah kepolisian yang sudah mempersiapkan dengan matang dan jauh-jauh hari sebelumnya melalui berbagai kegiatan yang melibatkan pihak kepolisian untuk bekerjasama dengan Gubernur, Walikota, Rektor, dan Pejabat tinggi lainnya dengan melakukan pendekatan dan audiensi yang bertujuan mengedukasi masyarakat agar tidak terpancing isu-isu yang menyimpang, serta tidak mudah terprovokasi. Pendekatan yang dilakukan jauh sebelum digelarnya aksi unjuk rasa mampu membuahkan hasil yang baik dan layak untuk menjadi contoh dan tolak ukur keamanan dan ketertiban untuk seluruh jajaran kepolisian di Indonesia karena terciptanya kerjasama yang baik antara pihak aparat dengan masyarakat yang bersama menjaga situasi yang kondusif demi keamanan dan kenyamanan bersama

khususnya wilayah Yogyakarta yang terkenal dengan julukan kota pelajar dan berhati nyaman.

Berdasar Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi (KIP) mewajibkan badan publik untuk menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan masyarakat setiap waktu secara transparan, hal tersebut menuntut kepolisian harus mampu mengemban tugas dengan menjalankan fungsi jurnalis. Mengenai bagaimana berita yang ditulis terkait dengan kepolisian mampu tidaknya mengemas berita tersebut semenarik mungkin sehingga berita dapat membuat masyarakat tertarik dan diterima oleh publiknya.

Masyarakat sangat mengharapkan instansi kepolisian yang bersih, polisi yang mampu menyelesaikan permasalahan kamtibmas secara tuntas, polisi yang humanis, dan sahabat masyarakat, hal tersebut perlu untuk dipublikasikan secara terus menerus karena semakin kuat media dalam mempublikasikan maka akan semakin kuat pula dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian.

Penelitian ini menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu terkait pengelolaan media sosial Instagram sebagai media publikasi dan informasi Humas, antara lain yaitu :

1. Penelitian terdahulu berjudul “Pemanfaatan Website Sebagai Media Penyebarluasan Informasi Publik Humas Kabupaten Kendal Tahun 2012-2015” yang disusun oleh Azhar Lukika (2016). Penelitian terdahulu melakukan penelitian terhadap website sebagai media penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kendal. Pemda Kendal memperoleh juara satu penghargaan sebagai penyedia layanan informasi melalui website terbaik yang dilaksanakan di Makassar. Humas Pemda Kendal harus memenuhi syarat

dengan desain terbaik, konten yang bermanfaat, dan komunikasi yang interaktif.

Penelitian terdahulu berfokus pada berbagai media yang digunakan dalam penyebaran informasi serta kriteria tampilan website, sedangkan peneliti saat ini ingin mengetahui tahap pengelolaan mulai dari tahap perencanaan hingga tahap evaluasi. Peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan bahwa kebebasan informasi merupakan kebutuhan dan hak atas masyarakat untuk memperolehnya. Oleh karena itu Polda DIY merupakan salah satu Badan Publik yang memiliki tanggung jawab untuk menyiapkan dan menginformasikan kepada publik.

2. Penelitian terdahulu berjudul “Pengelolaan Website www.visitingjogja.com Sebagai Media Informasi Wisata Berbasis Internet Daerah Istimewa Yogyakarta” yang disusun oleh Lisa Arabiah Siregar (2018). Penelitian terdahulu melakukan penelitian terhadap website sebagai media informasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Penyebarluasan informasi melalui konten website dikarenakan biaya yang relatif murah dan mudah untuk diakses oleh masyarakat serta dapat membantu promosi kegiatan pariwisata yang bekerja sama dengan seksi Pelayanan Informasi Pariwisata, serta operasional pengelolaan website sudah tersedia namun kurang berjalan dengan baik dikarenakan tumpang tindih tugas dan fungsi pokok dari tim pengelola website.

Berbeda dengan penelitian terdahulu objek penelitian ini adalah instagram dengan domain @poldajogja dengan fokus pada tahapan pengelolaan instagram sebagai media publikasi dan informasi Polda DIY. Bertujuan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana tahapan manajemen dan pengelolaan

media sosial Instagram resmi Polda DIY , serta dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan tahap pengelolaan yang dilakukan Humas Polda DIY, penelitian terdahulu lokasi penelitian terletak di Dinas Pariwisata DIY peneliti saat ini terletak di Polda DIY bagian Bidang Hubungan Masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Humas Polda D. I. Yogyakarta mengelola media sosial Instagram sebagai media Humas tahun 2019?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan Humas Polda DIY dalam mengelola media sosial Polda DIY dalam menyebarkan informasi dan sebagai media Humas tahun 2019.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmiah kehumasan dalam perkembangan Ilmu Komunikasi di instansi kepolisian, dan menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya terkait pengelolaan media sosial Instagram sebagai media menyebarkan informasi kepada publiknya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi

dan sebagai acuan bagi Bidang Humas Polda D. I. Yogyakarta dalam mengembangkan media sosial dan memaksimalkan fungsi yang dimiliki media sosial tersebut terhadap publik. Memberikan informasi kepada publik untuk dapat memanfaatkan fasilitas yang tersedia sehingga dapat menciptakan kepolisian yang bersifat transparan kepada publiknya.

E. Kajian Teori

1. Manajemen *Public Relations*

Manajemen yaitu mengkoordinasikan sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan, mengontrol guna mencapai sebuah tujuan. Cutlip dan Center (2009:320) menjelaskan *Public Relations* bagian dari sebuah proses perubahan dan pemecahan masalah di organisasi yang dilakukan secara ilmiah. Praktisi *Public Relations* jenis ini menggunakan teori dan bukti terbaik untuk melakukan proses pemecahan masalah :

a. Mendefinisikan Masalah

Langkah pertama mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak yang terkait dengan dipengaruhi tindakan dan kebijakan organisasi. Hal ini adalah fungsi dari intelijen organisasi dengan menyediakan dasar dalam semua langkah pemecahan masalah dengan menentukan apa yang sedang terjadi saat ini.

b. Perencanaan dan Pemrograman

Informasi yang dikumpulkan digunakan untuk membuat keputusan mengenai program, strategi, tujuan, langkah-langkah apa yang akan dilakukan, komunikasi, taktik, dan sasaran. Langkah kedua ini menjawab

pertanyaan berdasarkan apa kita mengetahui situasi, dan apa saja yang harus dilakukan dan apa yang harus diubah.

c. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Langkah ketiga mengimplementasikan program dan komunikasi yang dibentuk untuk mencapai tujuan masing-masing publiknya. Pertanyaan dalam langkah ini bertujuan untuk menjawab siapa yang harus melakukan dan menyampaikannya, kapan, dimana, dan bagaimana caranya.

d. Mengevaluasi Program

Langkah terakhir adalah melakukan penilaian implementasi dari hasil program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana keberhasilan program. Program akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan bagaimana keadaan saat ini dan seberapa baik dan sukses langkah yang telah dilakukan.

Manajemen *Public Relations* merupakan serangkaian tahap dengan melakukan penelitian terdahulu terhadap sebuah permasalahan, lalu dilanjutkan dengan proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi suatu kegiatan yang ada didalam organisasi secara ilmiah.

Humas dalam suatu instansi kepolisian bertugas untuk memberikan informasi dan penjelasan kepada publiknya mengenai kebijakan, strategi-strategi yang dilakukan instansi kepolisian serta menjalin hubungan yang harmonis antar instansi, lembaga publik, dan masyarakat terkait apa yang dikerjakan oleh humas di instansi kepolisian. Dalam manajemen *Public Relations* seorang humas dalam fungsi perencanaan menentukan kegiatan yang akan dilakukan, dalam perencanaan humas tidak akan pernah terlepas

dengan mengidentifikasi masalah, perumusan masalah, merumuskan tujuan, pemecahan masalah, mengidentifikasi hambatan-hambatan yang ada, menyusun program, dan menyusun jadwal kegiatan. Pengorganisasian humas secara keseluruhan dengan menetapkan tugas dan tanggung jawab akan peran dan fungsi masing-masing, tujuan dari pengorganisasian dilaksanakan untuk menentukan siapa yang akan melaksanakan, dalam pengorganisasian terdapat prinsip yang dimiliki seperti memiliki tujuan yang jelas, keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab, pembagian tugas yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, terstruktur, etika dan etos kerja, serta jaminan perlindungan kepada setiap individunya.

Dalam proses komunikasi terdapat beberapa unsur yang ada di dalamnya seperti komunikator, adanya tujuan, gagasan ide dan inovasi, saluran komunikasi, umpan balik, dll. Tahapan akhir dalam fungsi manajemen *Public Relations* yaitu evaluasi, evaluasi merupakan tahapan akhir yang memiliki peranan penting yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan atau kemunduran suatu program karena pada tahap evaluasi akan menentukan arah kelanjutan dari sebuah program. Keberhasilan *Public Relations* dalam menunjang fungsi manajemen instansi untuk mencapai tujuan bersama tergantung pada kemampuan dalam memanfaatkan unsur sumber daya tersebut menjadi satu kesatuan dan saling bersinergi serta saling mendukung demi terciptanya sebuah pelayanan yang memuaskan (Ruslan, 2016 : 12).

Fungsi manajemen *Public Relations* untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik antara sebuah organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan maupun kegagalan organisasi (Cutlip, 2006

: 6). *Public Relations* dituntut untuk dapat mengelola pemanfaatan sumber daya untuk menyelenggarakan komunikasi dua arah antara sebuah organisasi dan publiknya. Dalam menjalankan fungsi manajemen *Public Relations*, *Public Relations* memiliki aktivitas dalam lingkup tugas dalam sebuah lembaga yaitu:

1) Menjalin hubungan dengan publik internal

Publik internal merupakan publik yang menjadi bagian di dalam sebuah instansi. *Public Relations* harus mampu menjaga komunikasi yang kondusif dan hubungan yang harmonis dengan publik internalnya agar terciptanya iklim kerja yang baik. Hubungan dengan publik internal dengan para Kepala satker atau Pejabat Pengelola Informasi yang ada pada Satker-Satker di lingkungan kepolisian.

2) Menjalin hubungan dengan publik eksternal

Publik eksternal adalah publik dari sebuah instansi. Dalam hal ini, *Public Relations* harus mampu menganalisa opini publik terhadap sebuah organisasi maupun instansi, maka dari itu *Public Relations* bersifat dua arah yang berorientasi ke dalam dan ke luar demi terciptanya kepercayaan publik terhadap suatu instansi. Hubungan dengan publik eksternal dengan berbagai pemangku kepentingan informasi, baik dengan instansi-instansi terkait, insan pers, tokoh agama, tokoh pemuda, dan masyarakat umum.

Berdasarkan aktivitas seorang *Public Relations* diatas dapat disimpulkan bahwa seorang *Public Relations* memiliki tugas untuk menjaga hubungan yang baik dan harmonis antara sebuah instansi dengan publiknya baik internal maupun eksternal.

2. Public Relations & New Media

Public Relations menurut Jefkins yaitu *Public Relations* terdiri dari

seluruh kegiatan komunikasi yang terencana dengan semua publiknya dalam rangka mencapai tujuan spesifik (Jefkins, 2004 : 9). *Public Relations* bisa diartikan sebagai kegiatan komunikasi yang dilakukan instansi dengan publiknya. *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang berkaitan dengan usaha untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan organisasi dengan publiknya, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* merupakan kegiatan berkaitan dengan bagaimana menjalin hubungan baik dengan publiknya dengan terencana baik eksternal maupun internal (Effendy, 2011). *Public Relations* dalam sebuah instansi memiliki peran yang berkaitan dengan tujuan utama dan fungsi manajemen sebuah instansi. Fungsi dasar manajemen merupakan proses pencapaian tujuan dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh organisasi (Ruslan, 2016 : 2). Media baru mengacu pada permintaan akses untuk mendapatkan informasi kapan saja, di mana saja, setiap waktu, dan pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna yang aktif, kreatif, aspek *real-time*, dan merujuk pada perkembangan teknologi multimedia. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk *byte* mengacu pada sisi teknologi, salah satu dari tiga unsur *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual (Romli, 2012 : 78).

Menurut Denis McQuail (1987 : 16-17). Media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik, perangkat media elektronik baru *meliputi* beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, dan juga sistem penyajian gambar. Media baru tersebut memiliki beberapa ciri utama yaitu:

a. Desentralisasi yaitu pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya

- berada di tangan pemasok komunikasi.
- b. Kemampuan tinggi yaitu pengantaran melalui kabel dan satelit. Pengantaran tersebut mampu mengatasi hambatan komunikasi dikarenakan pemancar lainnya.
 - c. Komunikasi timbal balik (interaktivitas) yaitu penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung.
 - d. Kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan. Era media baru menjadikan proses penyampaian pesan melalui media mengalami perubahan. Jika media selama ini merupakan pusat informasi, dan informasi itu dipublikasikan dengan satu arah, kini jadi lebih interaktif. Publik tidak lagi sekedar objek yang terpapar oleh informasi, tetapi publik juga dilibatkan karena teknologi menyebabkan interaksi di media.

Koneksi internet memberikan kelebihan, tak hanya dalam mencari informasi, tetapi juga bisa memproduksi informasi. Internet juga menjadikan dirinya sebagai tempat penyimpanan sehingga masyarakat dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dan tentu saja melalui perangkat apa pun (Nasrullah, 2014 : 2).

Tabel 1. 2
Perbedaan Media Lama dan Media Baru

Era Media Pertama (lama/broadcast)	Era Media Kedua (baru/interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik
Terbuka peluang media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber

Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga Negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun Waktu

Sumber : (Nasrullah, 2014 :14)

Kehadiran sosial media seperti *Facebook, Website, Twitter, Youtube*, dan *Instagram* merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan informasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015 :11). Media sosial merupakan salah satu jenis dalam media *cyber* yang banyak digunakan badan publik sama seperti halnya instansi kepolisian menggunakan media *cyber* secara resmi seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube*, dan juga *Website*. Masyarakat menggunakan media sosial untuk berbagai kegiatan seperti hiburan, promosi, publikasi, informasi, dll.

Organisasi maupun instansi pun ikut memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi sarana menyebarluaskan informasi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam tiap platformnya. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi merupakan salah satu cara agar terciptanya Badan Publik yang transparan. Melalui media sosial merupakan salah satu cara Badan Publik untuk terus mengembangkan komunikasi yang baik dengan publiknya agar informasi yang diterima publik cepat dan mudah.

Public Relations dalam era *new media* mempunyai peranan penting yang

lebih besar dan luas dibandingkan kegiatan *Public Relations* konvensional. *Public Relations* melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan sebuah instansi kepada target audiens. Seorang *Public Relations* mampu menjangkau secara global, penyebaran pesan oleh suatu instansi akan menjadi lebih luas dan tidak terbatas. Akses informasi melalui media internet dapat diakses kapan saja dan publik dapat memperoleh informasi dengan tampilan yang interaktif berbentuk visual. Sehingga mampu menciptakan adanya komunikasi dua arah. Melalui media sosial *Public Relations* dapat menghemat biaya penyebaran informasi sehingga lebih efisien. Hadirnya instansi dalam media internet menjadikan citra yang dimiliki dengan mudah untuk dibangun. *Public Relations* dalam berpartisipasi akan memberikan citra pada publik mengenai informasi yang disampaikan secara berkesinambungan akan membuat reputasi yang dibangun akan terpelihara dengan baik. Menjalin hubungan dan berinteraksi di media menjadikan adanya hubungan yang berkesinambungan antara instansi dengan publiknya, hal tersebut dapat terbentuk ketika *Public Relations* aktif dalam memberikan *feedback* pada publiknya.

3. Pengelolaan Media Humas

Media *Public Relations* adalah segala bentuk sarana komunikasi dan saluran publikasi informasi yang dapat digunakan untuk publikasi informasi penting kepada publik. Media Humas berfungsi sebagai sarana promosi, meningkatkan pelayanan, meningkatkan kepercayaan publik, dan akhirnya menjaga dan meningkatkan citra lembaga organisasi. Tujuan media Humas untuk meningkatkan promosi dan pemasaran, komunikasi berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan citra instansi. Jenis-jenis

media Humas antara lain:

1. Media Cetak : Jurnal, Surat Kabar, Majalah
2. Media Online : *Website*, Blog, Media Sosial, *Email*
3. Media Broadcasting : Radio, televisi
4. Special Event : Seminar, *Workshop*
5. Outdoor Media : Spanduk, Papan Reklame, Poster
6. Audio-visual : Kaset Video, Film Dokumenter
7. Pesan-pesan lisan : *Spoken Words*
8. Pemberian sponsor : *Sponsorship*

Seiring berjalannya waktu kini seorang *Public Relations* dituntut harus mampu memanfaatkan media online yang pada saat ini menjadi tren di kalangan masyarakat, media online yaitu segala jenis format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Kehadiran situs-situs jejaring sosial yang sering disebut dengan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, Instagram merupakan media yang sering digunakan untuk mempublikasikan konten bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*.

1. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu jenis dalam media *cyber* yang banyak sekali digunakan baik lembaga maupun perorangan. Di era media baru ini setiap lini masyarakat menggunakannya untuk berbagai kegiatan baik itu untuk hiburan, promosi maupun mencari nafkah. Dalam era media baru pemerintah

pun ikut andil dalam memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi terkait kebijakan maupun program yang sedang maupun sudah dilaksanakan. Menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi merupakan salah satu cara pemerintah agar terus mengembangkan dan menggunakan setiap saluran komunikasi salah satunya media sosial, sehingga media sosial dapat digunakan sebagai salah satu alat publikasi.

Pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram dapat dilakukan dengan berbagai cara, karena menggunakan media sosial mampu mengemas pesan secara lebih menarik agar publik dapat interaktif dengan sebuah informasi. Informasi yang diunggah di media sosial Instagram dapat memuat gambar, video, dan tulisan *menarik* tergantung dengan kein sebuah organisasi maupun instansi dan kebutuhan, sehingga *followers* akan lebih tertarik dan tidak merasa bosan terhadap informasi yang disampaikan.

Adanya publikasi dan penyebaran informasi secara luas melalui Instagram, Bidang Humas Polda DIY memiliki tujuan dengan memanfaatkan media sosial untuk membenarkan dan meluruskan apabila terdapat berita yang menyimpang seperti Hoax, untuk mempublikasikan adanya kegiatan humanis kepolisian khususnya Polda DIY, dan untuk memberikan *cooling system* terhadap keadaan kamtibmas apabila sedang dalam keadaan yang kurang kondusif, serta bertujuan untuk menjawab opini-opini publik, sebagai bukti kegiatan pencairan anggaran kegiatan, serta mengetahui kegiatan-kegiatan yang harus dilaksanakan untuk *mencapai* tujuan, menjelaskan sumber yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan, menentukan seberapa lama waktu yang diperlukan, serta mengurutkan secara terstruktur. Informasi yang diolah oleh Humas Polda DIY mengharuskan untuk dilakukannya penyebaran

informasi dengan mengunggah sesuai dengan hari pelaksanaan kegiatan, konten yang berbentuk foto berfungsi sebagai informasi yang berbentuk visual agar masyarakat tidak jenuh dengan membaca dan sebagai bukti bahwa telah dilakukannya kegiatan, dan dapat menarik perhatian pembacanya karena konten yang dibuat bertujuan untuk memancing masyarakat agar interaktif sehingga terciptanya interaksi dan komunikasi dua arah.

Konten yang dibuat sebenarnya tidak memiliki aturan yang mengikat cenderung fleksibel namun tetap menunjukkan identitas kepolisian yang bertujuan untuk menghindari plagiat. Konten diciptakan semenarik mungkin agar para pembaca tidak merasa bosan. Dalam menyediakan informasi penyedia informasi diharuskan memiliki sumber yang jelas dan dapat dipercaya kredibilitasnya, karena sebuah informasi memiliki kompetensi dan kredibilitas yang bersifat penting. Unsur-unsur yang harus dipertimbangkan didalamnya seperti kedekatan dengan penerima informasi, motivasi, perhatian, cara penyampaian, dan memiliki daya tarik.

Informasi yang disebarkan harus memiliki pesan yang jelas, singkat, dan mudah dimengerti. Lambang-lambang yang dipergunakan di dalam pesan harus dapat dimengerti oleh masyarakat yang menjadi target utama, dan menggunakan bahasa yang mudah *dimengerti*. Informasi yang disampaikan hendaknya dapat menimbulkan *feedback*, dan menimbulkan keinginan, dan stimulasi untuk menerima dengan positif. Dalam penyampaian informasi haruslah menggunakan media yang mudah dijangkau oleh masyarakat seperti media sosial. Dalam suatu informasi haruslah terdapat tema mengenai informasi yang dipublikasikan sehingga masyarakat akan mengerti secara otomatis terkait hal yang ada di dalam informasi tersebut.

Media berfungsi sebagai perluasan informasi, perluasan ide dan pemikiran sehingga media dapat menciptakan pengaruh yang besar dalam hal komunikasi, informasi yang terkandung dalam suatu media bermanfaat bagi masyarakat luas karena sifat media yang universal yang dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan tidak mengenal batasan waktu dan jarak.

a. Instagram

Menurut Bambang Instagram adalah sebuah aplikasi yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto tempat untuk berbagi informasi terhadap sesama pengguna. Hal tersebut dapat meningkatkan kreatifitas karena Instagram memiliki fitur yang mampu membuat foto menjadi lebih menarik, dan lebih bagus (Atmoko, 2012 : 10). Instagram merupakan aplikasi yang dapat berbagi foto maupun video yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih. Para pengguna Instagram juga dapat membagikan cerita kehidupan mereka yang mereka lakukan sehari-hari.

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010. Nama Instagram sendiri menurut mereka berasal dari '*instant camera*' dan '*telegram*' yang dapat diunduh dengan menggunakan *App Store*, *Google Store*, *Google Play*, dan *Windows Phone Store*. Berdasarkan perkembangannya, instagram dalam beberapa bulan mampu meraih satu juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini kemudian terus meningkat hingga mencapai lebih dari 100 juta pengguna. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media penyebarluasan informasi. Melalui Instagram dengan mengunggah

foto atau video masyarakat dapat mengetahui dengan mengakses secara mudah informasi visual yang menarik. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat (Atmoko, 2012, 13). Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

1) *Home Page*

Homepage adalah halaman utama yang menampilkan *timeline* foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2) *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat di komentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan- kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

3) *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

4) *Profile*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa *diakses* melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *followers* dan jumlah *following*.

5) *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada pengguna yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Instagram juga dilengkapi dengan beberapa informasi dan fitur yang menguntungkan bagi pemilik akun *Instagram* seperti *Engagement rate*. *Engagement* Instagram merupakan ukuran seberapa berpengaruh sebuah akun terhadap *follower*. Ukuran tersebut diperoleh dari tingkat

interaksi yang dihasilkan oleh konten yang di unggah. *Engagement* Instagram menunjukkan bagaimana kualitas sebuah akun, dengan adanya *engagement rate* Instagram dapat merencanakan tindakan apa yang harus dilakukan, tindakan yang dapat dilakukan dengan memancing penyuka, komentar, atau lainnya.

Engagement juga merupakan evaluasi dari banyak hal yang telah dilakukan di media sosial Instagram, *engagement* berperan menentukan apakah sebuah unggahan berisikan berita, informasi berhasil tidaknya. Formula pengukuran *engagement* pada suatu Instagram dengan menambahkan jumlah penyuka dengan komentar dibagi dengan jumlah *followers* dengan cara tersebut dapat menentukan sebuah *engagement rate* pada sebuah akun *Instagram*. Melalui *engagement rate* pada sebuah akun instagram dapat diketahui seberapa besar pengaruh akun tersebut terhadap *followers*, semakin tinggi nilai *engagement* dapat disimpulkan bahwa semakin besar pengaruh akun tersebut pada *followers* dapat dikatakan akun tersebut sangat disukai oleh *followers*nya. Dengan tingkat *engagement* yang tinggi maka sebuah akun Instagram akan mudah mengendalikan *followers*nya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, menurut Moleong (2008 :11) mendefinisikan penelitian kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Secara teori deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang ada secara detail

mengenai fenomena alamiah atau pun buatan. Metode deskriptif juga dapat diuraikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, menuliskan keadaan subjek atau objek penelitian suatu lembaga, masyarakat dan lain-lain (Sutopo, 2002:3). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut (Ruslan, 2003:213).

Metode deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang kondisi yang sedang berlangsung. Tujuan metode ini untuk menggambarkan, meringkas, dan menjelaskan berbagai kondisi, situasi yang menjadi objek penelitian dan dapat dipahami sebagai suatu penelitian yang berfungsi menjelaskan fakta yang ada. Melalui penelitian deskriptif kualitatif, diharapkan dapat memperoleh gambaran utuh dan lebih mendalam mengenai pengelolaan media sosial Instagram Polda DIY yang dikelola oleh Bidang Humas Polda DIY.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Polda D. I. Yogyakarta, di Bidang Hubungan Masyarakat, Jl. Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55283.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan penting yang digunakan peneliti untuk jawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, data dan kualitas data merupakan hal yang penting karena akan

menentukan hasil dari penelitian. Data akan dihasilkan oleh peneliti melalui proses yang disebut pengumpulan data (Silalahi, 2009: 280). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan 2 cara yaitu wawancara dan dokumentasi. Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data secara langsung yang akan digunakan sebagai data primer, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung. Adapun teknik yang digunakan sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung dengan informan. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2006: 100). Salah satu jenis wawancara dalam metode penelitian kualitatif yaitu wawancara mendalam (*Indepth Interview*). Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data secara langsung dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Dalam penelitian kualitatif, media yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah dengan *interview guide*. Proses ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya maupun pertanyaan secara spontan.

Wawancara yang dilakukan diharapkan dapat melengkapi apa yang tidak diperoleh dalam pengamatan penelitian (Rahmat, 2003: 98). Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah lampau. Dalam

penelitian ini dokumen diperlukan untuk mendukung serta menambah bukti dari sumber-sumber data yang lain. Dokumen diperlukan untuk memverifikasi data yang ditemukan dalam wawancara maupun observasi langsung. Adapun dokumen yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen yang terkait, seperti buku-buku, data statistik target, foto kegiatan, dokumen laporan tahunan, dan administratif yang dimiliki Bidang Humas Polda DIY.

4. Informan Penelitian

Teknik pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan sebuah pertimbangan yang mempunyai sebuah tujuan tertentu (Sugiyono, 2005: 53). Beberapa informan yang akan dijadikan narasumber dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sub bidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Sub bidang PID)

Sub bidang PID bertugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penyajian data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan informasi baik internal maupun eksternal Polda.

- a. Urusan Pengumpulan dan Pengolahan Informasi dan Dokumentasi
- b. Urusan Peliputan, Produksi, dan Dokumentasi
- c. Urusan Analisis dan Evaluasi

2. Sub bidang Multi Media (Sub bidang mulmed)

Subbid Multi Media bertugas melaksanakan kegiatan komunikasi digital dan elektronika, peningkatan sumber daya teknologi informasi, produksi, analisis, pengembangan multimedia, melakukan media monitoring dan pengelolaan isu krisis media baik digital maupun elektronik serta penyebaran/diseminasi informasi digital, media online maupun media sosial untuk menjadi saluran dua arah komunikasi yang efektif dan kreatif.

- a. Urusan Produksi Kreatif
- b. Urusan Pemantauan dan Analisa
- c. Urusan Diseminasi Info Digital

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar Moleong (2008:103). Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan tidak mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian.

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen dalam Moleong (2008: 148) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Upaya yang dilakukan mengorganisasikan data, mengolah menjadi bahan yang dapat dikelola, menemukan pola lalu menemukan apa yang penting yang dapat dijadikan sebagai bahan dari penelitian. (Sutopo, 2002:91) dalam proses analisis terdapat tiga komponen utama yang harus dipahami oleh setiap peneliti kualitatif, diantaranya reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan serta verifikasi. Tiga proses tersebut terlibat dalam proses analisis dan saling berkaitan serta menentukan hasil akhir analisis.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi (data kasar) yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data adalah bagian

dimana data dipertajam, menggolongkan, mengarahkan, sehingga memperoleh kesimpulan-kesimpulan final yang dapat ditarik dan diverifikasikan.

b. Sajian Data

Sajian data merupakan rangkaian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga apabila dibaca mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data ini mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan, sehingga narasi yang disajikan merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci dan jelas untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada. Sajian data selain bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar/skema, jaringan kerja kaitan kegiatan, dan tabel sebagai pendukung narasinya.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah permasalahan dalam suatu penelitian yang menjadi hasil pokok pemikiran terhadap apa yang diteliti, penarikan kesimpulan merupakan hasil dari adanya aktivitas analisis dalam reduksi data dan penyajian data. Tahap ini yang menjadi tahapan terakhir dalam mengambil hasil kesimpulan yang teruji kebenarannya yaitu berupa bentuk keabsahan data saat membandingkan data agar mampu menjawab masalah dan mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Verifikasi juga dapat berupa kegiatan yang dilakukan dengan lebih mengembangkan ketelitian dan usaha yang lebih luas yaitu dengan replikasi dalam satuan data yang lain. Makna data harus diuji validitasnya supaya simpulan penelitian

menjadi lebih kokoh dan lebih bisa dipercaya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini disusun untuk mempermudah dalam melakukan penyajian dari hasil analisis data dan menjabarkan proses analisis pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I berisi tentang penjelasan terkait latar belakang masalah mengenai Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Humas Polda D. I. Yogyakarta. Dalam Bab 1 juga berisikan rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan kerangka teori. Bab ini disajikan guna menjadi pendahuluan dan pengantar dari pembahasan penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DAN INFORMASI HUMAS POLDA D. I. YOGYAKARTA

Pada Bab II akan dijabarkan mengenai gambaran umum Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Humas Polda D. I. Yogyakarta. Bab ini disajikan bertujuan untuk memberikan informasi pendukung dalam objek penelitian seputar informasi sejarah instansi, profil instansi, visi dan misi, tugas, fungsi, struktur organisasi, *jobdesk*, logo, dan informasi lainnya.

BAB III : PEMBAHASAN

Pada Bab III akan dijelaskan mengenai penyajian data dan hasil analisis dari peneliti yang telah dikaji dengan metode yang telah diuraikan sebelumnya tentang Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi dan Informasi Humas Polda D. I. Yogyakarta.

BAB IV : PENUTUP

Pada Bab IV berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk objek yang telah diteliti serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian, serta bagi para peneliti di masa yang akan datang dengan menggunakan metode yang sama.

