

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah proses pengiriman pesan atau informasi dari satu komunikator ke komunikator lainnya. Menurut Lasswell (1948), komunikasi adalah proses dimana seorang komunikator menyampaikan pesan kepada orang lain melalui media yang menghasilkan efek tertentu. Dalam bukunya *The Science, Theory, and Philosophy of Communication* (2003), Effendi menyatakan bahwa komunikasi memiliki empat peran. Yaitu berkomunikasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

Menurut buku *Strategi Komunikasi* Arifin (1984), strategi komunikasi adalah pembuatan rencana berdasarkan situasi dan situasi saat ini dan masa depan dengan tujuan mencapai efektivitas. Arifin juga mengatakan, untuk perencanaan yang tepat, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk menyusun strategi komunikasi. 1. Menentukan kelompok sasaran; 2. Menentukan komunikator; 3. Penulisan pesan; 4. Pemilihan Media.

Di era yang semakin digital, peran media sosial semakin penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap institusi publik. Suderajat dan Puspitasari (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “*Social Media Management by Corporate Communication Unit of PT GMF AeroAsia*” menemukan bahwa media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efisien. Media sosial dapat menyampaikan informasi secara menyeluruh dalam waktu singkat dengan efektivitas dan efisiensi sebanding dengan media massa dan media cetak yang terkenal mampu menyatukan pengguna dan menyampaikan informasi secara cepat dan luas.

Komunikasi digital menurut Priyono (2022) merupakan proses komunikasi melalui media digital yang kemudian di sandikan, disimpan, dan diproses secara efisien oleh perangkat. Komunikasi digital membuat penyebaran informasi lebih cepat dan efisien, memperluas jangkauan pesan serta mempengaruhi persepsi dan opini publik.

Citra positif yang kuat sangat penting untuk memperkuat hubungan polisi-masyarakat, yang dapat meningkatkan efektivitas dalam melaksanakan penegakan hukum dan fungsi publik. Pantauan, akun media sosial Humas Polda Metro Jaya dengan username @poldametrojaya di Instagram memiliki 328.000 pengikut dan 19.327 postingan yang diunggah hingga 25 Maret 2024. Konten yang diunggah di Instagram Humas Polda Metro Jaya sendiri merupakan konten yang mengedukasi dan menumbuhkan citra positif polisi di masyarakat.

Penelitian ini mempunyai implikasi mengingat pentingnya peran Instagram sebagai alat komunikasi dalam membentuk opini dan persepsi masyarakat. Dengan mengkaji strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam upaya kehumasan Polda Metro Jaya melalui platform ini, kami berharap dapat memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai efektivitas upaya tersebut dalam menciptakan citra positif di masyarakat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Humas Polda Metro Jaya memiliki beberapa strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun citra dan nama baik. Strategi Bidumas Polda Metro Jaya adalah dengan mengunggah foto dan video terkait produk informasi yang saat ini dibutuhkan masyarakat. Namun penelitian sebelumnya belum menyelidiki bagaimana interaksi tersebut terjadi dan bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi opini publik tentang citra positif polisi di masyarakat dan humas Polda Metro Jaya melalui Instagram @poldametrojaya. Belum ada pembahasan apakah hal tersebut dapat terjadi mempengaruhi alur strategi komunikasi.

Gillin dan Gillin (1982) menunjukkan bahwa interaksi sosial mewakili hubungan dinamis dan saling mempengaruhi antara individu dan kelompok yang terus berubah tergantung pada situasi sosial. Interaksi yang terjadi antara lain berupa komentar, *like*, *share* di platform media sosial, hingga reaksi terhadap konten yang dimuat Humas Polda Metro Jaya.

Penulis memilih Humas Polda Metro Jaya sebagai ajang untuk mengeksplorasi strategi komunikasi digital di Instagram karena pentingnya peran lembaga ini dalam membangun citra positif polisi di mata masyarakat. Polda Metro Jaya merupakan unit informasi publik dari kepolisian setempat yang mencakup wilayah luas, mewakili dinamika perkotaan dan berbagai tantangan keamanan. Instagram, platform media sosial yang sangat populer, memberikan ruang efektif untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji bagaimana Humas Polda Metro Jaya menggunakan media Instagram untuk mengkomunikasikan kegiatan proaktif kepolisian, memberikan informasi yang akurat dan transparan, serta membina hubungan erat dengan masyarakat dan menyelidiki interaksi antara akun Anda dengan akun lainnya. Lebih lanjut, dengan menganalisis strategi komunikasi digital di Instagram, penulis mampu memahami interaksi lembaga ini dengan alur strategi komunikasi yang digunakan untuk merespons kemungkinan tantangan dan kritik di dunia maya, dapat membentuk citra positif polisi di Instagram. Masyarakat yang semakin modern dan berjejaring digital. Dengan berfokus pada upaya kehumasan Polda Metro Jaya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan rinci mengenai efektivitas strategi komunikasi digital dalam menciptakan pemahaman positif terhadap polisi di lingkungan perkotaan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Polda Metro Jaya dalam membangun citra positif?
- b. Bagaimana penggunaan fitur-fitur interaktif seperti komentar, *like*, dan *direct message* di media sosial yang membantu Polda Metro Jaya dalam membangun keterlibatan dan hubungan yang positif dengan pengikutnya?
- c. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh Humas Polda Metro Jaya dalam menerapkan strategi komunikasi digital di media sosial?

Dengan merumuskan masalah-masalah tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran dan efektivitas strategi komunikasi digital Humas Polda Metro Jaya dalam membentuk citra positif polisi di masyarakat melalui media sosial.

I.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian tentang strategi komunikasi digital Humas Polda Metro Jaya dalam membentuk citra positif polisi di masyarakat, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini memfokuskan sudut pandang dari Humas Polda Metro Jaya. Kedua, penelitian ini hanya memusatkan pada media sosial Humas Polda Metro Jaya yaitu Instagram dan Facebook sebagai objek utama yang diteliti karena terdapat keterbatasan izin dari penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang digunakan oleh Humas Polda Metro Jaya dalam membangun citra positif polisi di masyarakat mulai dari identifikasi audiens, penetapan pesan, pilihan platform media sosial, dan respon masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis interaksi yang terjadi antara polisi dan masyarakat dalam bentuk komentar, *like*, atau *share* di platform media sosial, serta respons terhadap konten yang dipublikasikan oleh Humas Polda Metro Jaya. Serta menjawab tantangan utama yang dihadapi oleh Humas Polda Metro Jaya dalam menerapkan strategi komunikasi digital di platform media sosial, dan bagaimana tantangan tersebut dapat memengaruhi pembentukan citra positif.

I.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat manfaat yang terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis

I.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian tentang strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Humas Polda Metro Jaya dalam membentuk citra positif polisi di masyarakat memiliki manfaat teoritis yang signifikan. Pertama, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat efektif dalam membangun citra positif lembaga kepolisian. Dengan menerapkan teori komunikasi, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konten-konten yang dipublikasikan melalui media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap polisi.

Kedua, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dinamika interaksi antara lembaga kepolisian dan masyarakat dalam era digital. Melalui analisis teoritis, penelitian ini dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi positif antara polisi dan masyarakat melalui platform digital. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan dasar teoritis untuk pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif bagi lembaga kepolisian lainnya dalam membangun citra positif di masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berpotensi untuk meningkatkan pemahaman akademis tentang komunikasi digital dan branding, tetapi juga memberikan landasan teoritis yang kuat untuk pengembangan praktik-praktik komunikasi yang lebih efektif dalam konteks lembaga kepolisian.

I.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian tentang strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Humas Polda Metro Jaya dalam membentuk citra positif polisi di masyarakat memiliki manfaat yang dapat langsung diterapkan dalam upaya memperbaiki hubungan antara polisi dan masyarakat. Pertama, hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis kepada Humas Polda Metro Jaya tentang jenis konten yang efektif dan strategi komunikasi yang tepat untuk digunakan dalam membangun citra positif polisi melalui media sosial. Dengan memahami preferensi dan perilaku online masyarakat, Humas dapat menghasilkan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian serta membangun kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

Kedua, penelitian ini juga dapat membantu Humas dalam mengidentifikasi tren dan pola interaksi yang berkembang di media sosial, sehingga mereka dapat merespons dengan cepat terhadap isu-isu yang muncul dan memperkuat keterlibatan positif dengan masyarakat secara *real-time*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi lembaga kepolisian lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang efektif, mengingat pentingnya peran media sosial dalam membangun citra positif lembaga publik di era digital ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih

komprehensif mengenai peran Instagram dalam membentuk citra positif polisi di masyarakat serta memberikan rekomendasi bagi Humas Polda Metro Jaya dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi digital mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat membantu meningkatkan kualitas dan efektivitas komunikasi digital Humas Polda Metro Jaya dalam memperbaiki citra polisi di mata masyarakat.

