



Pemanfaatan Media Sosial Instagram @humasrestangsel sebagai Media Publikasi dalam Meningkatkan Citra Kepolisian

Qurrotul Ain¹, Andhika Pamungkas², Wininda Qusnul Khotimah³

¹Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia, qurrotulainnsz@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia,
andhika.pamungkas@uhamka.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia, winyinda@uhamka.ac.id

Corresponding Author: qurrotulainnsz@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to understand how the use of Instagram @humasrestangsel as a publication medium can improve the image of the police. The object of this study is the Instagram account @humasrestangsel. The method used is qualitative with a descriptive approach, including content analysis, in-depth interviews, and observation of the management of the Instagram account. The results of the study show that Instagram @humasrestangsel not only functions as a publication medium, but also as a medium for two-way communication, legal education and socialization, documentation of activities, and increased public engagement. Operational content represents the professionalism and readiness of the Police in maintaining security, while non-operational and humanistic content builds emotional closeness with the community. In addition, the use of Instagram features and communicative language expands the reach of messages and encourages audience interaction. This study confirms that the use of Instagram by the South Tangerang Police Public Relations Office is effective in shaping a positive image of the police as a transparent, responsive, and adaptive institution to new media developments, while also opening up opportunities for more participatory public communication.*

Keyword: *Social Media, Instagram, Publication Media, Police Image, Public Communication*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @humasrestangsel sebagai media publikasi dalam meningkatkan citra Kepolisian. Objek penelitian adalah akun Instagram @humasrestangsel. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, meliputi analisis konten, wawancara mendalam, dan observasi terhadap pengelolaan akun Instagram tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram @humasrestangsel tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah, edukasi dan sosialisasi hukum, dokumentasi kegiatan, serta peningkatan *engagement* publik. Konten operasional merepresentasikan profesionalisme dan kesiapan Kepolisian dalam menjaga keamanan, sementara konten non-operasional dan humanis membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan fitur Instagram dan penggunaan bahasa yang komunikatif memperluas

jangkauan pesan serta mendorong interaksi audiens. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Humas Polres Tangerang Selatan efektif dalam pembentukan citra positif Kepolisian sebagai institusi yang transparan, responsif, dan adaptif terhadap perkembangan media baru, sekaligus membuka peluang pengembangan komunikasi publik yang lebih partisipatif.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Media Publikasi, Citra Kepolisian, Komunikasi Publik

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi khususnya internet dan media sosial, telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dan mengakses informasi. Media sosial kini menjadi ruang komunikasi publik yang efektif bagi individu maupun institusi untuk menyampaikan pesan secara cepat dan luas. Berdasarkan data *NapoleonCat* per Oktober 2025, pengguna aktif Instagram di Indonesia tercatat sekitar 99.788.000 pengguna (Cat, 2025). Angka ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki jangkauan sangat luas dan berpotensi besar sebagai media publikasi dan komunikasi publik, termasuk bagi institusi pemerintah seperti Kepolisian.

Menurut *Mondry* (2008:13), perkembangan komunikasi digital dapat dijelaskan melalui Teori Media Baru *Pierre Levy*, yang menyatakan bahwa internet tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi ikut membentuk cara manusia berinteraksi, berpikir, dan berbagi pengetahuan. Media baru memiliki ciri digital, interaktif, fleksibel, dan terkoneksi, sehingga memungkinkan komunikasi berlangsung lebih terbuka, cepat, dan dua arah (Feroza & Misnawati, 2020). Dengan kata lain, media baru memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat, merespons, dan berpartisipasi (Noventa et al., 2023).

Media sosial kemudian berkembang menjadi platform publikasi yang efektif bagi lembaga pemerintah untuk menyebarkan informasi secara *real-time*, meningkatkan reputasi, dan membangun hubungan dengan publik eksternal (Fadila, 2022). Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan untuk publikasi institusional karena mengutamakan penyampaian pesan secara visual dan mudah dicerna melalui fitur *feed*, *story*, *reels*, *live streaming*, dan *direct message*. Fitur tersebut mendukung komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat, sekaligus memperkuat *engagement* publik (Abidin & Soegiarto, 2021).

Menurut Khotimah (2021), Instagram memiliki peran penting sebagai media komunikasi persuasif karena memungkinkan penyampaian pesan yang bersifat visual, humanis, dan religius sehingga lebih mudah diterima audiens. Keberhasilan komunikasi melalui Instagram juga ditentukan oleh karakter pesan yang mudah dipahami dan kedekatan emosional antara komunikator dan audiens.

Media yang berlandaskan nilai ideologis tertentu tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membawa misi moral dan edukatif melalui konten yang disajikan. Dalam konteks jurnalisme profetik, media menjalankan peran kenabian dengan menyampaikan kebenaran, mengedukasi publik, serta menghadirkan pesan yang menenangkan dan tidak provokatif. Prinsip tersebut menekankan bahwa praktik jurnalistik ideal tidak sekadar informatif, tetapi juga mengandung nilai etika, tanggung jawab sosial, dan keberpihakan pada kemaslahatan publik (Pamungkas, 2021).

Dalam konteks ini, Humas Polres Tangerang Selatan melalui akun @humasrestangsel memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi kegiatan operasional maupun non-operasional, edukasi publik, klarifikasi isu, serta penyampaian informasi terkait layanan Kepolisian.

Dalam konteks lembaga Kepolisian, penggunaan media sosial berkaitan erat dengan upaya membangun citra. Citra adalah kesan atau pandangan masyarakat terhadap suatu lembaga berdasarkan informasi dan pengalaman yang mereka terima. Citra dapat berubah dari waktu ke waktu tergantung bagaimana sebuah lembaga menampilkan diri dan bagaimana publik menilai informasi tersebut (Effendi & Sulistyorini, 2021).

Citra Kepolisian diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap institusi Kepolisian yang tidak hanya dibentuk dari apa yang dikerjakan, tetapi juga dari bagaimana aktivitas Kepolisian dikomunikasikan ke publik melalui media massa dan media sosial. Holipiah et al. (2024) menyatakan bahwa citra positif sangat diperlukan agar masyarakat menaruh kepercayaan kepada Polisi. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, citra Kepolisian di Indonesia menghadapi tantangan akibat banyaknya pemberitaan negatif mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh oknum Polisi (Tiani & Setyanto, 2024). Kondisi ini membuat transparansi, informasi akurat, serta komunikasi yang humanis menjadi semakin penting untuk membangun kembali kepercayaan publik.

Citra Kepolisian yang baik membawa banyak manfaat, antara lain memperkuat kepercayaan masyarakat, meningkatkan partisipasi publik dalam menjaga keamanan, mempermudah penyelesaian tugas di lapangan, dan membantu Kepolisian mengantisipasi isu negatif. Karena itu, diperlukan strategi komunikasi digital yang tidak hanya informatif, tetapi juga interaktif dan menyentuh sisi humanis.

Peneliti memilih beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini. Penelitian pertama dilakukan oleh Hikmah et al., (2023) yang berjudul Peran Humas Kepolisian Resor Tangerang Selatan dalam Meningkatkan Citra Kepolisian. Penelitian ini menggunakan teori peran humas Ruslan (2016) yang meliputi fungsi sebagai *Communicator*, *Relationship Builder*, *Back Up Management* dan *Good Image Maker*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas dijalankan secara maksimal melalui komunikasi dua arah dengan masyarakat serta kemitraan dengan media, sehingga mampu membangun kembali kepercayaan publik terhadap institusi Kepolisian.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh A. A. Putri & Praktiko (2022) yang berfokus pada Strategi Hubungan Masyarakat Polres Tangerang Selatan dalam Publikasi Kegiatan melalui Media Sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teori *New Media Pierre Levy* dengan delapan pendekatan strategi publikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Polres Tangerang Selatan telah melaksanakan sebagian besar strategi publikasi, seperti identifikasi masalah, penetapan tujuan, pengenalan publik, pengembangan strategi, perencanaan pelaksanaan, serta evaluasi keberhasilan. Namun, kelemahan ditemukan pada aspek perencanaan waktu dan penetapan anggaran, hal ini menandakan bahwa efektivitas publikasi digital tidak hanya ditentukan oleh pemilihan *platform*, tetapi juga kesiapan sumber daya internal humas.

Penelitian lain dilakukan oleh Rizkiawati & Mulyana (2025) yang berfokus pada Pengelolaan Akun Instagram @polrestabesbandung dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian, dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan akun Instagram secara terstruktur dengan strategi komunikasi yang informatif, humanis, dan interaktif terbukti mampu mempererat hubungan antara Kepolisian dengan masyarakat. Melalui konten edukatif, transparansi kegiatan, serta interaksi dua arah, akun tersebut berhasil meningkatkan citra positif lembaga Kepolisian di mata publik.

Berdasarkan uraian pada penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media komunikasi publik yang efektif dalam mendukung pembentukan citra Kepolisian. Namun, masih terbatas penelitian yang membahas secara spesifik dan terperinci mengenai penerapan strategi komunikasi digital pada akun Instagram @humasrestangsel dalam menyampaikan informasi kepada publik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pemanfaatan Instagram @humasrestangsel sebagai media publikasi dalam upaya meningkatkan citra Kepolisian.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami makna fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dan apa adanya (Hernantoputri et al., 2025). Tujuan lainnya yaitu untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok (Fauzan et al., 2023). Tujuan menggunakan penelitian kualitatif adalah untuk menggambarkan suatu kenyataan yang peneliti dapatkan melalui narasumber ahli di bidang kehumasan yang mengelola instagram sebagai media informasi publik (Meidiana et al., 2022). Jenis pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan tujuan agar bisa mengelompokkan permasalahan yang sedang diteliti dengan memisahkan objek dalam kegiatan penelitian di suatu lembaga, khalayak dan yang lainnya, sebagai mana juga saat ini sesuai dengan fakta-fakta yang ada mengenai pengelolaan media sosial instagram sebagai alat dalam membangun citra lembaga (Haryoko et al., 2024).

Teknik pengumpulan data meliputi analisis konten, wawancara mendalam dan observasi. Analisis konten digunakan untuk menelaah materi yang dipublikasikan melalui media sosial yang menjadi objek penelitian. Wawancara mendalam dilakukan guna memperoleh informasi langsung dari narasumber yang relevan, sedangkan observasi dilaksanakan untuk mengamati aktivitas secara nyata dalam konteks penggunaan media sosial oleh Polres Tangerang Selatan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles and Huberman. Miles and Huberman yang meliputi: *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), *Conclusion Drawing* atau *Verification* (Penarikan Kesimpulan) (Habib & Suratman, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis konten yang dilakukan pada periode 10 Juni 2025 sampai 31 Juli 2025, terdapat beberapa jenis konten yang dipublikasikan melalui akun Instagram @humasrestangsel yang meliputi berbagai bentuk unggahan dengan tujuan untuk memberikan informasi, menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat, serta memperkuat citra positif Kepolisian.

1. Publikasi Konten Kegiatan Operasional Kepolisian

Akun @humasrestangsel menampilkan berbagai aktivitas operasional seperti patroli malam, pengamanan aksi unjuk rasa, razia kendaraan, hingga penangkapan pelaku kejahatan. Konten ini juga meliputi kegiatan *preventif* seperti apel pagi, apel siaga, dan berbagai operasi penegakan hukum, yang menunjukkan kesiapan institusi dalam menjaga keamanan masyarakat.



Sumber: Instagram @humasrestangsel

Gambar 1. Unggahan Kegiatan Operasi Cipta Kondisi

Unggahan diatas menampilkan kegiatan patroli malam oleh Tim Patroli Perintis Presisi (TP3) untuk mencegah tindak kriminalitas, tawuran dan balap liar. Unggahan ini memperlihatkan peran Kepolisian dalam menjaga keamanan masyarakat.

2. Publikasi Konten Kegiatan Non-Operasional

Melalui konten ini, @humasrestangsel mempublikasikan kegiatan non-operasional dengan membangun citra humanis Kepolisian yang menunjukkan sisi empati dan kedekatan dengan masyarakat. Di antaranya seperti kegiatan bakti sosial, pemberian santunan, bantuan untuk korban bencana, serta program unggulan seperti Jumat Curhat, Ngopi Kamtibmas, CETAR (Cegah Tawuran Antar Pelajar), dan Polisi Sahabat Anak.



Sumber: Instagram @humasrestangsel

Gambar 2. Unggahan Kegiatan Jumat

Melalui kegiatan Jumat Curhat, Kapolres mendengar aspirasi masyarakat secara langsung. Unggahan ini membangun citra humanis dan kedekatan Kepolisian dengan masyarakat.

3. Publikasi Konten Edukasi dan Kesadaran Hukum

Melalui konten ini, @humasrestangsel mengajak masyarakat untuk memahami hukum dan berperilaku taat aturan. Topik yang diangkat mencakup edukasi anti-narkoba, anti-hoaks, tertib lalu lintas, serta ajakan untuk tidak melakukan bullying, tawuran, atau tindak kriminal lainnya. Konten juga memuat penjelasan ringan soal UU ITE, hukum pidana ringan, serta tips aman dalam bermedia sosial.



Sumber: Instagram @humasrestangsel

Gambar 3. Unggahan Sanksi & Hukuman Bermain Judi Online

Unggahan tersebut memberikan edukasi tentang larangan judi online dan ancaman pidana bagi pelakunya. Unggahan tersebut juga menjelaskan pasal-pasal hukum yang berlaku serta menegaskan bahwa judi online hanya menimbulkan kerugian. Konten seperti ini membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsekuensi hukum dan menjadi bentuk edukasi publik yang mudah diakses.

4. Publikasi Konten Ucapan dan Peringatan Hari Besar

Ucapan dan peringatan hari besar, yang memperkuat hubungan emosional dengan masyarakat melalui momen kebersamaan, penghargaan terhadap nilai-nilai sosial dan nasionalisme.



Sumber: Instagram @humasrestangsel

Gambar 4. Publikasi Ucapan Selamat Hari Anak Nasional 2025

Peringatan Hari Anak Nasional 2025 diunggah melalui konten ucapan resmi, menegaskan kepedulian Kepolisian pada nilai-nilai sosial dan kebangsaan.

5. Publikasi Kegiatan Kolaborasi dan Sinergi Antarinstansi

Akun @humasrestangsel juga menampilkan dokumentasi kerja sama antara Polres Tangerang Selatan dengan berbagai instansi, seperti TNI, Pemerintah Daerah, Satpol PP, Dinas Perhubungan, serta lembaga pendidikan. Unggahan ini memperlihatkan kegiatan apel gabungan, pertemuan Forkopimda, hingga musyawarah perencanaan pembangunan daerah (musrenbang). Konten ini menunjukkan adanya sinergi dan koordinasi lintas lembaga dalam menjaga keamanan serta mendukung pembangunan di wilayah Tangerang Selatan.



Sumber: Instagram @humasrestangsel

Gambar 5. Kegiatan kunjungan Forkopimda, PWI, dan IJTI Kota Tangerang Selatan

Unggahan ini menunjukkan terjalinnya hubungan yang harmonis dan sinergis antara Polri dengan unsur pemerintah daerah, media, dan instansi terkait, sebagai bentuk kerja sama dalam menjaga keamanan dan ketertiban di wilayah Tangerang Selatan.

Menurut Bripka Rudiyanto selaku P.S. Kasubsi PIDM (Pengelola Informasi, Dokumentasi dan Multimedia), Humas Polres Tangerang Selatan merancang konten Instagram secara strategis untuk merepresentasikan aktivitas Kepolisian dari perspektif positif sekaligus memperkuat kedekatan institusi dengan masyarakat, seperti kegiatan sosial, Jumat Curhat, berbagi dengan warga, serta respon cepat terhadap keluhan publik.

“Kami ingin masyarakat melihat bahwa Polisi bukan hanya melakukan penegakan hukum, tetapi juga hadir sebagai pelindung dan sahabat masyarakat. Karena itu konten humanis harus terus ada agar kedekatan emosional tetap terjaga (Wawancara, 7 Agustus 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Humas Polres Tangerang Selatan menjadikan konten humanis sebagai strategi inti dalam komunikasi publik melalui Instagram. Pendekatan humanis dipandang mampu membangun kedekatan emosional dan meningkatkan rasa percaya publik terhadap institusi Kepolisian. Ketika masyarakat melihat Polisi dari sisi sosial dan empati, hubungan masyarakat dengan Kepolisian menjadi lebih harmonis sehingga citra institusi menguat.

Dalam upaya meningkatkan citra Kepolisian, Humas Polres Tangerang Selatan menerapkan sejumlah langkah strategis seperti keterbukaan informasi melalui penyampaian data yang akurat dan mudah diakses, optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk konten informatif dan humanis, peningkatan kualitas pelayanan publik yang cepat, responsif, dan

ramah, penyelenggaraan kegiatan sosial humanis untuk mempererat hubungan emosional dengan masyarakat, penanganan isu dan krisis secara cepat termasuk klarifikasi hoaks, serta konsistensi penegakan hukum yang tegas, adil, dan transparan.

“Transparansi dan respons cepat adalah kunci. Masyarakat harus merasa bahwa setiap pertanyaan dan keluhan mereka didengar, ditindaklanjuti, dan dijawab secara terbuka (Bripka Rudyanto, Wawancara 7 Agustus 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa transparansi informasi dan respons cepat menjadi inti strategi komunikasi Humas Polres Tangerang Selatan dalam interaksi publik melalui media sosial. Strategi ini berimplikasi pada peningkatan kepercayaan publik karena masyarakat merasa diperhatikan dan dilibatkan dalam proses informasi. Keterbukaan dan responsivitas mendorong terbentuknya persepsi positif terhadap institusi Kepolisian sebagai pihak yang komunikatif, peduli, dan siap melayani. Interaksi responsif melalui Instagram membangun kedekatan emosional yang pada akhirnya memperkuat citra positif Kepolisian.

Briptu Sofyan Ismail selaku Bamin Humas menjelaskan bahwa prinsip perancangan konten Instagram @humasrestangsel berlandaskan pada penyajian informasi yang kredibel, tampilan visual yang menarik dan konsisten, serta pembangunan komunikasi yang efektif dengan publik. Hal tersebut diwujudkan melalui informasi yang jelas dan akurat. Penggunaan beragam format konten seperti foto, *carousel*, *video*, infografis, *reels*, dan *story* dengan desain menarik, pemilihan bahasa yang humanis dan mudah dipahami, mengoptimalkan fitur Instagram serta pemilihan tema konten yang relevan dengan kebutuhan publik.

“Kami selalu berusaha agar konten yang ditampilkan mudah dipahami semua kalangan. Informasi keamanan harus dikemas dengan visual yang menarik supaya masyarakat bukan hanya melihat, tetapi juga mengerti dan mau berbagi. Lebih lanjut, beliau menambahkan bahwa mengoptimalkan fitur Instagram seperti reels, carousel, dan story juga menjadi bagian penting dalam menciptakan engagement publik (Wawancara, 5 Agustus 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa desain visual, bahasa komunikatif, dan optimalisasi fitur Instagram menjadi komponen penting dalam strategi komunikasi digital yang diterapkan Humas Polres Tangerang Selatan. Pendekatan desain visual yang menarik dan mudah dipahami bertujuan agar pesan tidak hanya dilihat, tetapi juga dipahami dan dibagikan oleh masyarakat sehingga jangkauan pesan semakin luas. Optimalisasi fitur Instagram seperti *reels*, *carousel*, dan *story* digunakan untuk meningkatkan interaksi publik dan memastikan pesan tersampaikan secara efektif berdasarkan preferensi konsumsi konten audiens. Strategi ini menunjukkan bahwa Humas Polres Tangerang Selatan menyesuaikan gaya komunikasi publik dengan karakteristik media baru, sehingga mendukung penguatan citra Kepolisian sebagai institusi yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan digital.

Dari perspektif masyarakat sebagai pengikut akun Instagram @humasrestangsel, mereka menilai bahwa konten yang disajikan informatif, bermanfaat, dan mudah dipahami melalui tampilan visual yang menarik. Pendekatan humanis dan komunikatif dianggap dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Polisi sebagai institusi yang terbuka dan dekat dengan masyarakat. Namun, terdapat masukan agar konten lebih variatif, kreatif, dan komunikatif melalui penyajian konten edukasi ringan, storytelling, dan responsif terhadap pertanyaan publik.

Akun @mahardikaasn26 berpendapat bahwa *informasi mengenai kegiatan Kepolisian lebih cepat dan jelas melalui Instagram Humas Polres, jadi kalau ingin tahu situasi keamanan saya lebih sering cek IG dibanding menunggu berita (Wawancara, 8 Agustus 2025).*

Akun @notyourerw berpendapat bahwa *“akun ini membuat saya jadi lebih percaya, karena apa pun yang terjadi di wilayah kita selalu langsung diposting, jadi merasa aman (Wawancara, 8 Agustus 2025).*

Akun @anotherinsz berpendapat bahwa “*konten edukasinya sangat membantu, seperti tips keamanan dan informasi penipuan online, jadi masyarakat bisa belajar hal yang penting tanpa harus mencari di Google* (Wawancara, 8 Agustus 2025).

Akun @nrulazrt berpendapat bahwa “*sisi humanis Polisi terlihat dari kegiatan sosial yang diunggah, jadi kesannya Polisi bukan cuma aparat, tapi juga dekat dengan warga* (Wawancara, 8 Agustus 2025).

Sementara itu, akun @tany.eh berpendapat bahwa *konten sudah bagus, tapi akan lebih menarik kalau ada storytelling, interaksi tanya jawab, dan konten kreatif lainnya biar masyarakat nggak cuma lihat, tapi bisa ikut terlibat* (Wawancara, 8 Agustus 2025).

Pernyataan para responden menunjukkan bahwa mereka melihat Instagram sebagai media komunikasi yang cepat, transparan, dan relevan untuk memperoleh informasi keamanan. Kecepatan publikasi konten dan kemudahan akses informasi menjadi faktor pembentuk rasa aman dan kepercayaan publik terhadap institusi Kepolisian. Selain itu, masyarakat mengapresiasi keberadaan konten edukatif dan humanis yang dinilai membantu meningkatkan literasi keamanan dan menghadirkan citra Polisi yang lebih dekat secara emosional. Di sisi lain, muncul pula ekspektasi terhadap format konten yang lebih partisipatif dan kreatif. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan audiens yang terus berkembang seiring perubahan dinamika penggunaan media sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya berfungsi sebagai media publikasi informasi bagi Kepolisian, tetapi telah berkembang menjadi sarana interaksi dan pembentukan persepsi publik. Konten humanis, edukatif, dan penyebaran informasi secara *real-time* memainkan peran besar dalam menciptakan kedekatan sosial dan kepercayaan publik. Namun, kebutuhan masyarakat akan konten yang lebih interaktif mencerminkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital tidak hanya bergantung pada penyampaian pesan, tetapi juga pada keterlibatan audiens secara emosional.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan Instagram @humasrestangsel menunjukkan bahwa media sosial ini tidak lagi digunakan sebagai media publikasi kegiatan Kepolisian, tetapi telah berkembang menjadi media komunikasi publik dengan berbagai fungsi strategis. Perluasan fungsi tersebut sejalan dengan karakteristik media baru yang menekankan pada interaksi, partisipasi, dan pembentukan makna secara kolektif antara Kepolisian dan masyarakat.

Instagram sebagai Media Komunikasi Dua Arah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi dua arah antara Kepolisian dan masyarakat. Melalui kolom komentar, pesan langsung, serta respons terhadap unggahan publik, masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi, pertanyaan, maupun keluhan terkait keamanan dan ketertiban. Pola komunikasi ini menciptakan dialog yang lebih terbuka dibandingkan komunikasi satu arah melalui media konvensional.

Keberadaan komunikasi dua arah tersebut membuat masyarakat merasa dilibatkan dan didengar, sehingga memperkuat hubungan antara Kepolisian dan publik. Dalam teori media baru *Pierre Levy*, kondisi ini mencerminkan terbentuknya ruang sosial yang memungkinkan interaksi dan keterlibatan aktif pengguna dalam proses komunikasi.

Instagram sebagai Media Pembentukan Citra Kepolisian

Akun Instagram @humasrestangsel dimanfaatkan sebagai media strategis dalam membentuk citra Kepolisian di mata masyarakat. Melalui publikasi konten yang konsisten, visual yang menarik, serta narasi yang komunikatif, Kepolisian menampilkan representasi institusi yang profesional, transparan, dan responsif. Konten operasional memperlihatkan

kesiapan dan ketegasan dalam penegakan hukum, sementara konten non-operasional dan humanis menampilkan sisi empati, kepedulian sosial, serta kedekatan Kepolisian dengan masyarakat.

Pendekatan humanis menjadi elemen penting dalam pembentukan citra positif Kepolisian melalui Instagram. Kegiatan sosial, dialog publik seperti Jumat Curhat, serta program *preventif* seperti CETAR (Cegah Tawuran Antar Pelajar) dan Polisi Sahabat Anak membangun persepsi masyarakat terhadap Kepolisian sebagai institusi yang terbuka dan peduli. Dalam perspektif teori media baru *Pierre Levy*, proses pembentukan citra ini tidak bersifat satu arah, melainkan terbentuk melalui interaksi dan partisipasi publik dalam ruang digital. Dengan demikian, Instagram berperan sebagai media yang memungkinkan Kepolisian dan masyarakat membangun makna citra secara kolektif, sehingga memperkuat kepercayaan dan legitimasi institusi Kepolisian.

Instagram sebagai Media Edukasi dan Sosialisasi

Akun Instagram @humasrestangsel dimanfaatkan sebagai media edukasi dan sosialisasi dalam menyampaikan informasi hukum, imbauan keamanan, serta pencegahan tindak kriminal kepada masyarakat. Konten yang disajikan mencakup edukasi anti-narkoba, anti-hoaks, tertib berlalu lintas, bahaya judi online, kejahatan siber, serta penggunaan media sosial yang bijak. Informasi tersebut dikemas secara ringan dengan visual yang menarik melalui infografis, video singkat, *carousel*, dan *reels* agar mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

Pemanfaatan Instagram sebagai media edukasi memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan berkelanjutan, sekaligus mendorong peningkatan literasi hukum dan kesadaran publik terhadap keamanan. Dalam perspektif teori media baru *Pierre Levy*, proses edukasi melalui media sosial mencerminkan pergeseran pola komunikasi dari satu arah menjadi partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menerima pesan, tetapi juga berinteraksi, merespons, dan membangun pemahaman bersama. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana sosialisasi kebijakan dan aturan, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran publik yang berkontribusi pada pembentukan citra Kepolisian sebagai institusi yang informatif, peduli, dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat.

Instagram sebagai Media Arsip Kepolisian

Akun Instagram @humasrestangsel dimanfaatkan sebagai media arsip digital yang mendokumentasikan berbagai aktivitas Kepolisian secara berkelanjutan. Unggahan yang memuat kegiatan operasional, non-operasional, edukasi hukum, peringatan hari besar, serta kolaborasi antarinstansi berfungsi sebagai rekam jejak visual yang dapat diakses oleh publik kapan saja. Dokumentasi tersebut tidak hanya menjadi catatan kegiatan institusi, tetapi juga berperan sebagai sumber informasi resmi yang memperlihatkan kinerja dan kehadiran Kepolisian dalam kehidupan masyarakat.

Fungsi arsip digital ini berkaitan erat dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas institusi publik. Melalui penyimpanan dan publikasi konten secara konsisten, Instagram memungkinkan masyarakat untuk menelusuri kembali informasi, memverifikasi aktivitas Kepolisian, serta memperoleh klarifikasi atas isu yang berkembang. Dalam perspektif teori media baru *Pierre Levy*, arsip digital di media sosial menjadi bagian dari ruang kolektif pembentukan pengetahuan, di mana informasi tidak hanya disimpan, tetapi juga dimaknai bersama oleh publik. Dengan demikian, Instagram sebagai media arsip turut mendukung penguatan kepercayaan dan citra positif Kepolisian di mata masyarakat.

Instagram sebagai Media Untuk Meningkatkan *Engagement*

Instagram dimanfaatkan oleh Humas Polres Tangerang Selatan sebagai media untuk meningkatkan *engagement* atau keterlibatan masyarakat dalam komunikasi publik.

Engagement tercermin melalui interaksi audiens berupa *likes*, komentar, pesan langsung, serta partisipasi masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan. Pemanfaatan berbagai format konten seperti foto, *carousel*, *video*, *reels*, dan *story* memungkinkan penyampaian informasi keamanan dan edukasi hukum secara visual, ringkas, dan mudah dipahami, sehingga mendorong audiens untuk terlibat secara aktif dalam proses komunikasi.

Pendekatan humanis dan responsif yang diterapkan melalui konten kegiatan sosial, dialog langsung dengan masyarakat, serta tanggapan terhadap interaksi publik berkontribusi dalam membangun kedekatan emosional dan kepercayaan. Dalam perspektif teori media baru *Pierre Levy*, keterlibatan audiens tersebut mencerminkan karakter media baru yang bersifat partisipatif dan interaktif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga turut membentuk makna dalam ruang komunikasi digital. Dengan demikian, peningkatan *engagement* melalui Instagram @humasrestangsel tidak hanya memperkuat efektivitas publikasi, tetapi juga mendukung pembentukan citra Kepolisian sebagai institusi yang adaptif, terbuka, dan responsif terhadap kebutuhan publik.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Instagram @humasrestangsel dimanfaatkan tidak hanya sebagai media publikasi kegiatan Kepolisian, tetapi juga sebagai media komunikasi publik yang memiliki berbagai fungsi strategis. Melalui konten operasional, non-operasional, edukasi hukum, peringatan hari besar, serta kolaborasi antarinstansi, Instagram berperan sebagai media komunikasi dua arah, penyebaran informasi, edukasi, dan dokumentasi digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan fitur Instagram seperti foto, *video*, *carousel*, *reels*, dan *story* mendukung penyampaian pesan secara visual, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik media baru.

Pemanfaatan Instagram tersebut berkontribusi dalam pembentukan citra positif Kepolisian, terutama melalui pendekatan humanis, transparansi informasi, dan responsivitas terhadap interaksi publik. Konten dialogis dan edukatif mendorong keterlibatan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi Kepolisian. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya harapan masyarakat terhadap komunikasi yang lebih partisipatif dan kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peluang pengembangan sebagai ruang interaksi publik yang lebih inklusif. Secara keseluruhan, pemanfaatan Instagram oleh Humas Polres Tangerang Selatan sejalan dengan karakteristik media baru menurut *Pierre Levy*, yang menempatkan media sosial sebagai ruang interaktif, partisipatif, dan kolektif dalam pembentukan makna dan citra institusi.

REFERENSI

- Abidin, K. Z., & Soegiarto, A. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2).
https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/11928/pdf_30
- Cat, N. (2025). *Instagram Users in Indonesia - October 2025*. NapoleonCat.Com.
<https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2025/10/>
- Effendi, M., & Sulistyorini. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Lembaga Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 39-51.
<https://sajiem.iainponorogo.ac.id/sajiem/article/view/40/28>
- Fadila, A. N. (2022). *Penerapan Media Sosial Instagram sebagai Media Publikasi Government Public Relations di Kementerian Luar Negeri RI*. 5242.
<https://repository.uin-suska.ac.id/63137/2/SKRIPSI AISYA TANPA BAB V.pdf>
- Fauzan, M. R., Antoius, K., Bediona, A., Fadlurahman, F., Leonardo, & Albar, A. (2023). Moralitas POLRI dalam Mengembalikan Citra Kepolisian di Tengah Masyarakat. *Jurnal*

- Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat*, 4(7), 1 13.
<https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram pada Akun @yhoophii_official sebagai Media Komunikasi dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32 41. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/1397/755>
- Habib, D. R. Al, & Suratman, B. (2018). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Positif pada Lembaga Pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 6(2), 125 131. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JPAPUNESA/article/view/32139>
- Haryoko, M. I. A., Putri, S. N. R., & Wisudawanto, R. (2024). Pengelolaan Media Instagram Polres Tulungagung sebagai Sarana Membangun Citra Positif Lembaga. *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/1360/1085>
- Hernantoputri, N. O., Tatien Indah, A., & Cinta Priandini, F. (2025). Studi Respons Makna Maskulinitas Iklan Kahf di Youtube Pada Generasi Z Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 271 280. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i4.758>
- Hikmah, B., Zebua, W. D. A., & Utari, S. A. (2023). Peran Humas Kepolisian Resor Tangerang Selatan dalam Meningkatkan Citra Kepolisian. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4). <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/view/572/549>
- Holipiah, N., Hamidah, & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Komunikasi Humas Polda Sumsel dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian Daerah Sumatera Selatan melalui Instagram @polisi_sumsel. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1, 1 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jbk.v1i3.2488>
- Khotimah, W. Q. (2021). Instagram and a Aa Gym s Persuasive Communication During the Covid-19 Pandemic. *Atlantis Press*, 596(Jcc), 219 223. <https://www.atlantispress.com/proceedings/jcc-21/125964718>
- Meidiana, N., Toruan, R. R. M. L., Hamsinah, & Adhipoetra, R. (2022). Akun Instagram @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *JURNAL CYBER PR*, 2(2), 119 132. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr/article/view/2428/1144>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu sebagai Sarana Informasi Terkini. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 626 635. <https://pdfs.semanticscholar.org/6c1c/ceaf672e2776eeb6f82896474c79cfe05b59.pdf>
- Pamungkas, A. (2021). Pemahaman Jurnalisme Profetik dalam Redaksi www.suaramuhammadiyah.id. *Journal Uhamka*, 12(November), 193 206. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/7691/2593>
- Putri, A. A., & Praktiko, R. G. (2022). Strategi Hubungan Masyarakat Polres Tangerang Selatan dalam Publikasi Kegiatan Melalui Media Sosial Instagram. 6(01), 1 9. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/809/663>
- Rizkiawati, V. N., & Mulyana, D. (2025). Pengelolaan Akun Instagram dalam meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian. *Bandung Conference Series: Public Relations*. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/view/17188/7435>
- Tiani, A., & Setyanto, Y. (2024). Optimalisasi Penggunaan Instagram untuk Meningkatkan Reputasi Positif Polri melalui Media Sosial. *Kiwari*, 3(2), 264 269. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i2.30176>