

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT POLDA DIY DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM AKUN @POLDAJOGJA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**Nurul Hudha
19.96.1137**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT POLDA DIY DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM AKUN @POLDAJOGJA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**Nurul Hudha
19.96.1137**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT POLDA DIY DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM AKUN @POLDAJOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurul Hudha
19.96.1137

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

04 April 2023

Dosen Pembimbing,



Alvian Alrasid Ajibulloh., S.IKom., M.I.Kom
NIK. 190302486

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT POLDA DIY DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM AKUN @POLDAJOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nurul Hudha
19.96.1137

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

04 April 2023

Nama Penguji

Alvian Alrasid Ajibulloh., S.IKom., M.I.Kom
NIK. 190302486

Andreas Tri Pamungkas, M.A
NIK. 190302522

Mulyadi Erman, S.Ag., M.A
NIK. 190302571

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
04 April 2023



Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 April 2023



Nama: Nurul Hudha
Nim: 19.96.1137

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

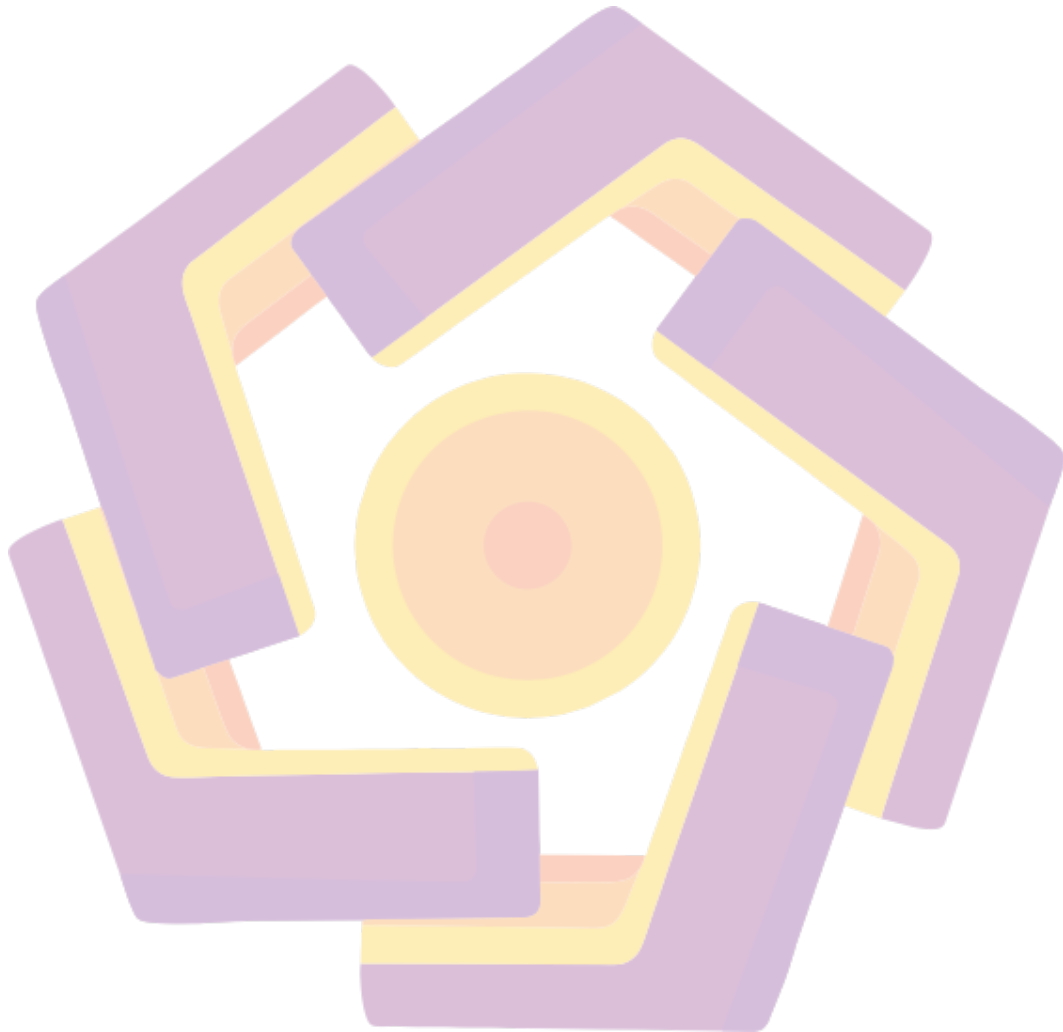
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M. Eng. Selaku Kaprodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi. Sehingga dengan segala kesibukan dalam pekerjaan atau pendidikan, masih bersedia untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang penulis lakukan.
5. Andreas Tri Pamungkas, M.A dan Mulyadi Erman, S.Ag, M.A selaku Dewan Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan saran terhadap penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen Ilmu Komunikasi serta seluruh staf akademik dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Sosial
7. Aiptu Mohammad Solkhan, S.H. selaku orang tua yang telah mendukung penuh dalam menuntut ilmu dan selalu memberikan nasihat yang baik sehingga dapat menyelesaikan studi ini.

8. Lashartati selaku orang tua yang telah mendukung penuh dalam menuntut ilmu dan selalu memberikan nasihat yang baik sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
9. Para narasumber dari hubungan masyarakat Polda D.I Yogyakarta terdiri dari Kabid Humas, Kasubbag Renmin, Kasubbid Multimedia dan Staf pengelola *Instagram* yang sudah mewakili semuanya telah membukakan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Rahmattunisa As Zahro selaku pendamping penulis sejak di bangku SMA hingga saat ini, serta seseorang yang mendukung penuh dalam semua tindakan saya dalam hal positif dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini semoga kita bertahan lama.
11. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yang sudah mendukung sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR ISI

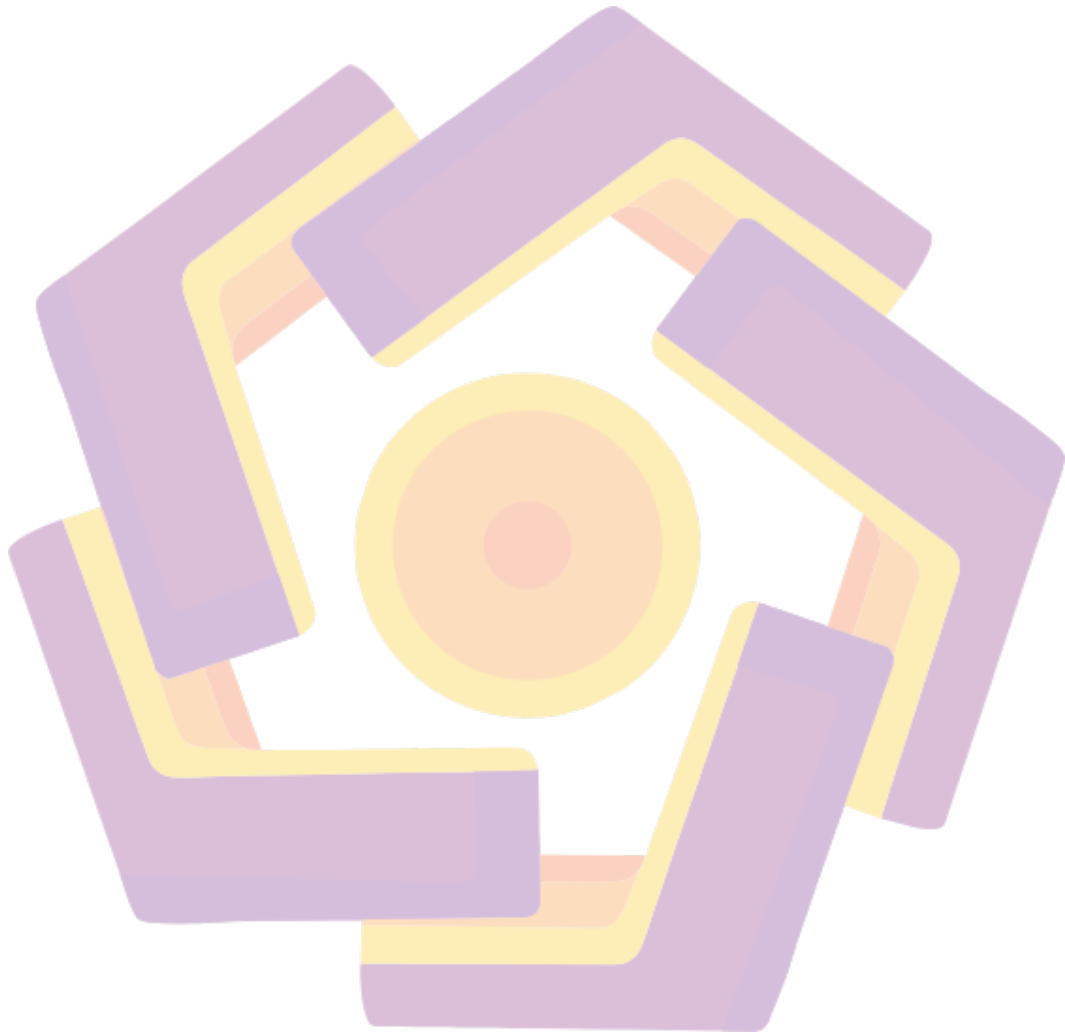
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Strategi Hubungan Masyarakat.....	8
2.2.2 Citra Positif	11
2.2.3 Media Sosial Instagram	12
2.2.4 Polda DIY	16
2.3 Kerangka Berfikir.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian	23
3.3 Subjek Penelitian.....	23
3.4 Sumber Data.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.7 Triangulasi.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Paparan Data Penelitian	28
4.2 Temuan Data	28
4.3 Hasil Temuan	29
4.3.1 Strategi Merancang Pesan Humas Polda DIY	29

4.3.2 Indikator Mempertahankan Citra	44
4.4 Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	84



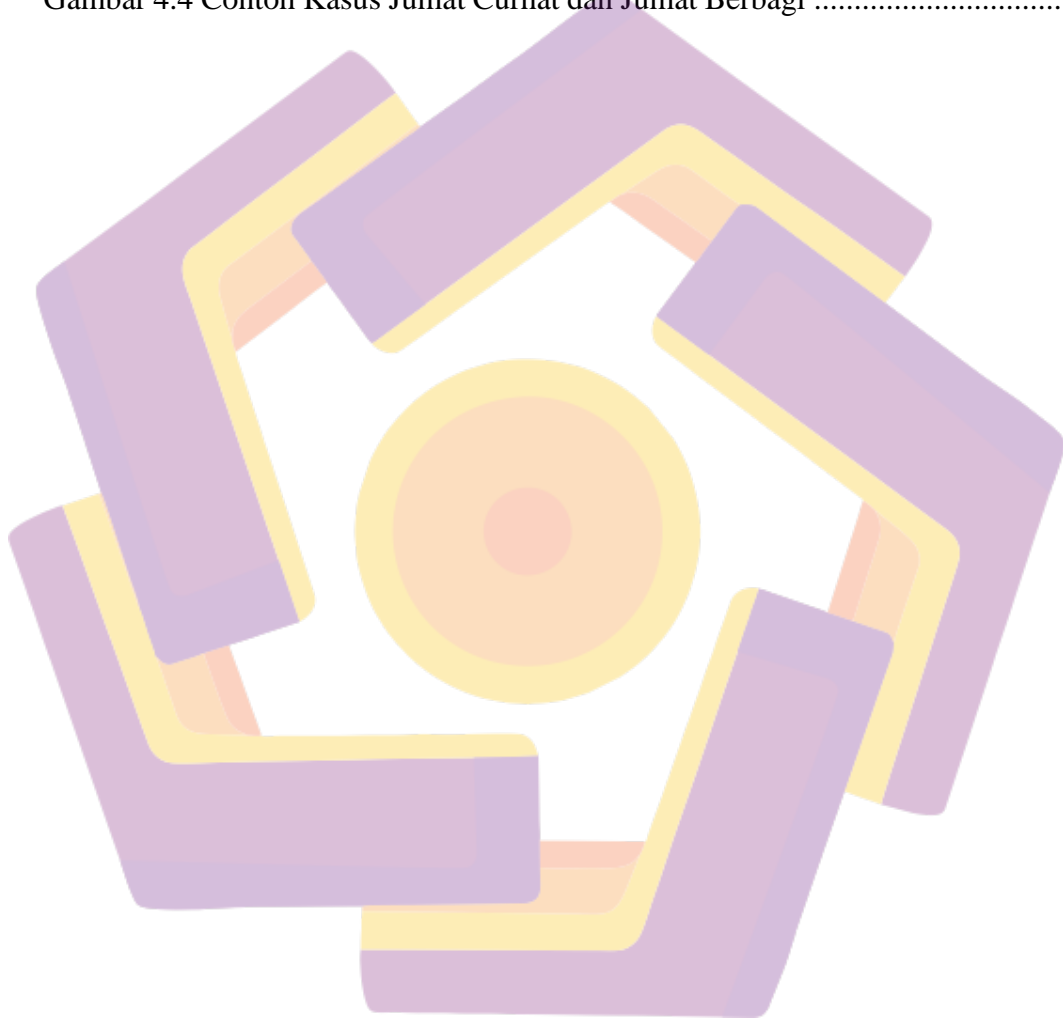
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	20



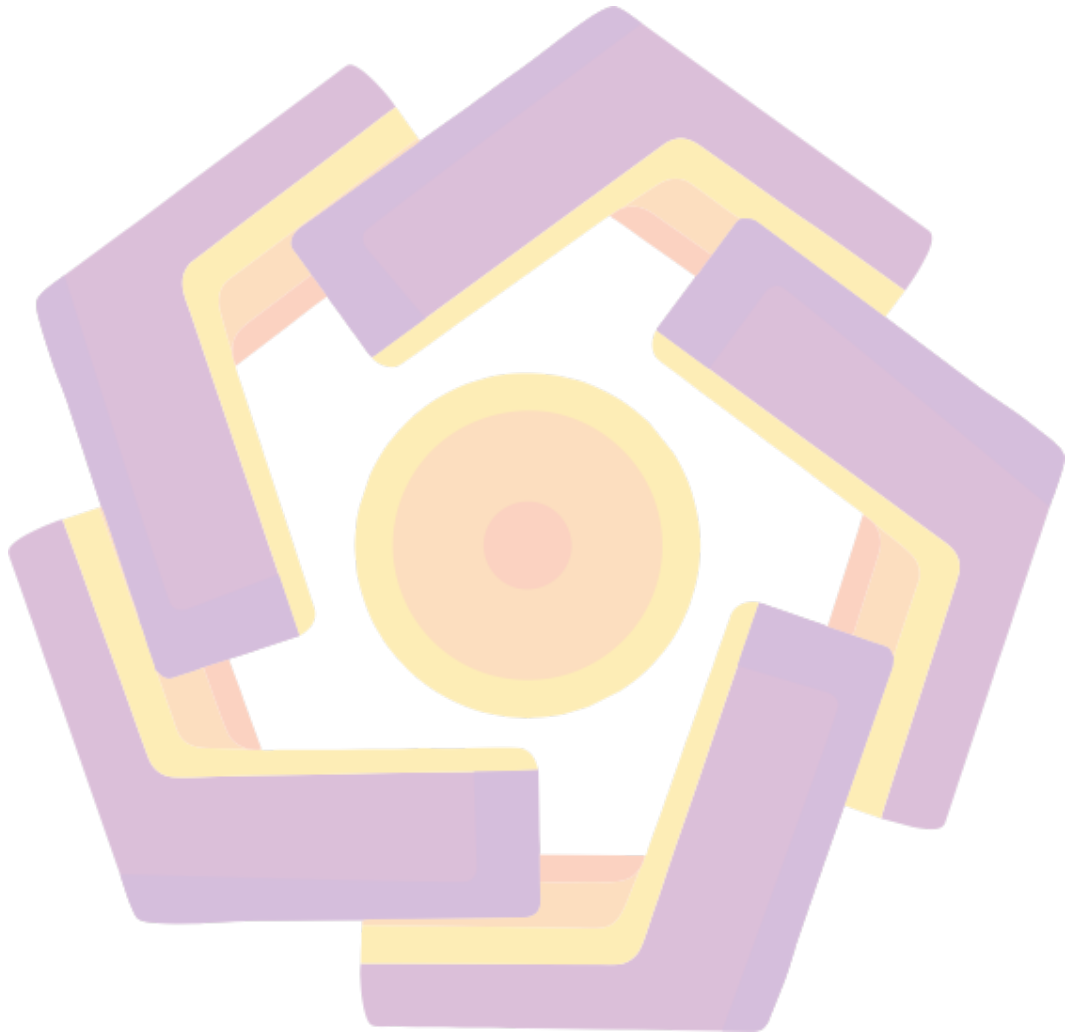
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak	1
Gambar 2.1 Struktur Bidhumas Polda DIY	17
Gambar 4.1 Contoh Kasus Stop Knalpot Brong	30
Gambar 4.2 Contoh Kasus Sosialisasi Penerimaan Anggota Polri	34
Gambar 4.3 Contoh Kasus Polisi diduga salah tangkap klitih	38
Gambar 4.4 Contoh Kasus Jumat Curhat dan Jumat Berbagi	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Hasil Wawancara	60
Lampiran 1.2 Foto Wawancara atau Dokumentasi	81
Lampiran 1.3 Observasi Langsung	83



ABSTRAK

Penelitian ini tentang bagaimana strategi hubungan masyarakat Polda DIY dalam mempertahankan citra positif melalui media sosial *Instagram* akun @poldajogja. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan dalam satuan kerja bidang humas untuk mempertahankan citra positif Polda DIY. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data oleh peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori penelitian ini adalah Strategi Humas, Citra Positif, Media sosial *Instagram*.

Teori strategi humas untuk merancang pesan yang digunakan menurut Harwood Childs yaitu teori strategi publisitas, strategi persuasi, strategi argumentasi, strategi pencitraan. Citra positif menggunakan teori lima indikator mempertahankan citra menurut Melvin Shape yaitu komunikasi yang jujur, keterbukaan dan konsisten, tindakan yang jujur, komunikasi dua arah secara kontinyu, evaluasi penelitian dan lingkungan. Media sosial *Instagram* merupakan sebuah platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi pengguna dalam berkolaborasi maupun dalam beraktivitas.

Penelitian ini menemukan bahwa strategi humas Polda DIY yang digunakan melalui penyampaian pesan di *Instagram* adalah menyebarkan berita positif, edukatif, informatif terkait mempertahankan citra positif yang telah diraih Polda DIY dan strategi yang diimplementasikan terkait strategi humas meliputi strategi publisitas, strategi persuasi, strategi argumentasi, strategi pencitraan dengan lima indikator mempertahankan citra positif yang salurkan melalui foto, video, cerita, siaran langsung di *Instagram* @Poldajogja dengan fitur pendukung *Instagram*.

Kata Kunci: Strategi Humas, Citra Positif, Media Sosial *Instagram*, Polda DIY.

ABSTRACT

This research is about the public relations strategy of Polda DIY in maintaining a positive image through the social media Instagram account @poldajogja. The purpose of this research is to find out how the strategy is carried out in the public relations work unit to maintain the positive image of Polda DIY. Researchers used a qualitative descriptive method with data collection methods by researchers, namely observation, interviews, and documentation. The theory of this research is Public Relations Strategy, Image, Social Media Instagram.

The theory of public relations strategy for designing messages used according to Harwood Childs, namely the theory of publicity strategies, persuasion strategies, argumentation strategies, image strategies. A positive image uses the theory of five indicators of maintaining an image according to Melvin Shape, namely honest communication, openness and consistency, honest actions, continuous two-way communication, research and environmental evaluation. Instagram social media is a media platform that focuses on user existence which facilitates users in collaborating and doing activities.

This study found that the DIY Polda DIY public relations strategy used through message delivery on Instagram is to spread positive, educative, informativenews related to maintaining the positive image that has been achieved by the DIY Polda and the strategies implemented related to public relations strategies include publicity strategies, persuasion strategies, argumentation strategies, strategy imaging with five indicators maintains a positive image that is channeled through photos, videos, stories, live broadcasts on Instagram @Poldajogja with Instagram supporting features.

Keywords: Public Relations Strategy, Positive Image, Social Media Instagram, Polda DIY.