

**ANALISIS ISI KUANTITATIF AKUN INSTAGRAM
@DIVISIHUMASPOLRI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN
PUBLIK**

SKRIPSI



disusun oleh

Erik Yudananto

19.96.1023

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

2023

**ANALISIS ISI KUANTITATIF AKUN INSTAGRAM
@DIVISIHUMASPOLRI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN
PUBLIK**

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



disusun oleh

Erik Yudananto

19.96.1023

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS ISI KUANTITATIF AKUN INSTAGRAM @DIVISIHUMASPOLRI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Erik Yudananto

19.96.1023

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 3 Juli 2023

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS ISI KUANTITATIF AKUN INSTAGRAM @DIVISIHUMASPOLRI DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Erik Yudananto

19.96.1023

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK.190302475

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A

NIK.190302445

Audith M. Turmudhi, Drs., MM

NIK.190302358

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 3 Juli 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK.190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

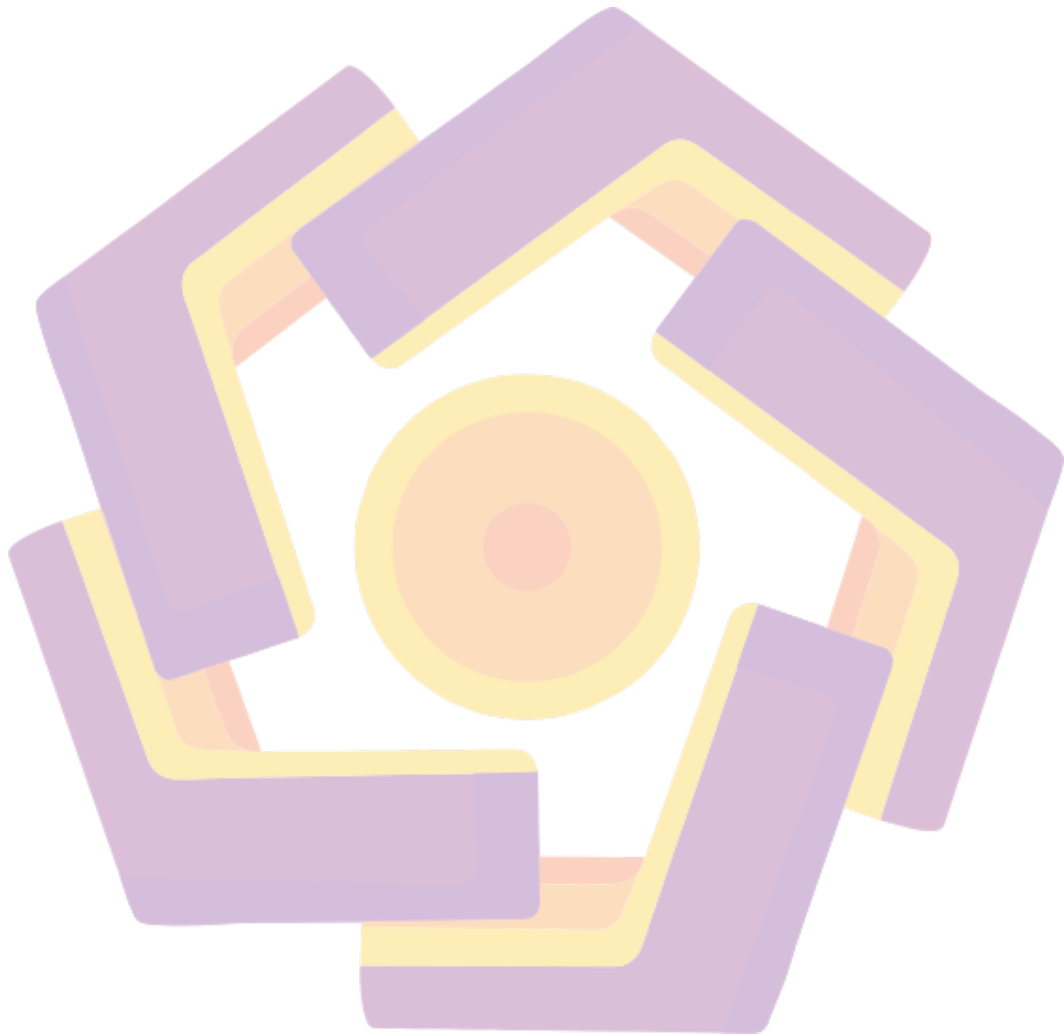
Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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.



MOTTO

“Jadikanlah Hari Ini Lebih Baik Dari Hari Kemarin dan Selalu Tebar Kebaikan”



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah memberikan rahmat, taufik dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram @divishumaspolri Dalam Membangun Kepercayaan Publik**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam Menyusun skripsi, penulis telah mendapat dukungan, bantuan dan nasehat dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprosdi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, M.A. (Dosen Pembimbing)
5. Seluruh staff pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta
6. Istanto & Anita selaku orang tua, dan Surati selaku wali yang memberikan semangat, nasehat, dan doa dalam mengerjakan skripsi.
7. Staff Humas Polresta Magelang tahun 2022/2023 yang telah membantu memberikan semangat, dan fasilitas selama mengerjakan skripsi.

Yogyakarta, 03 Juli 2023

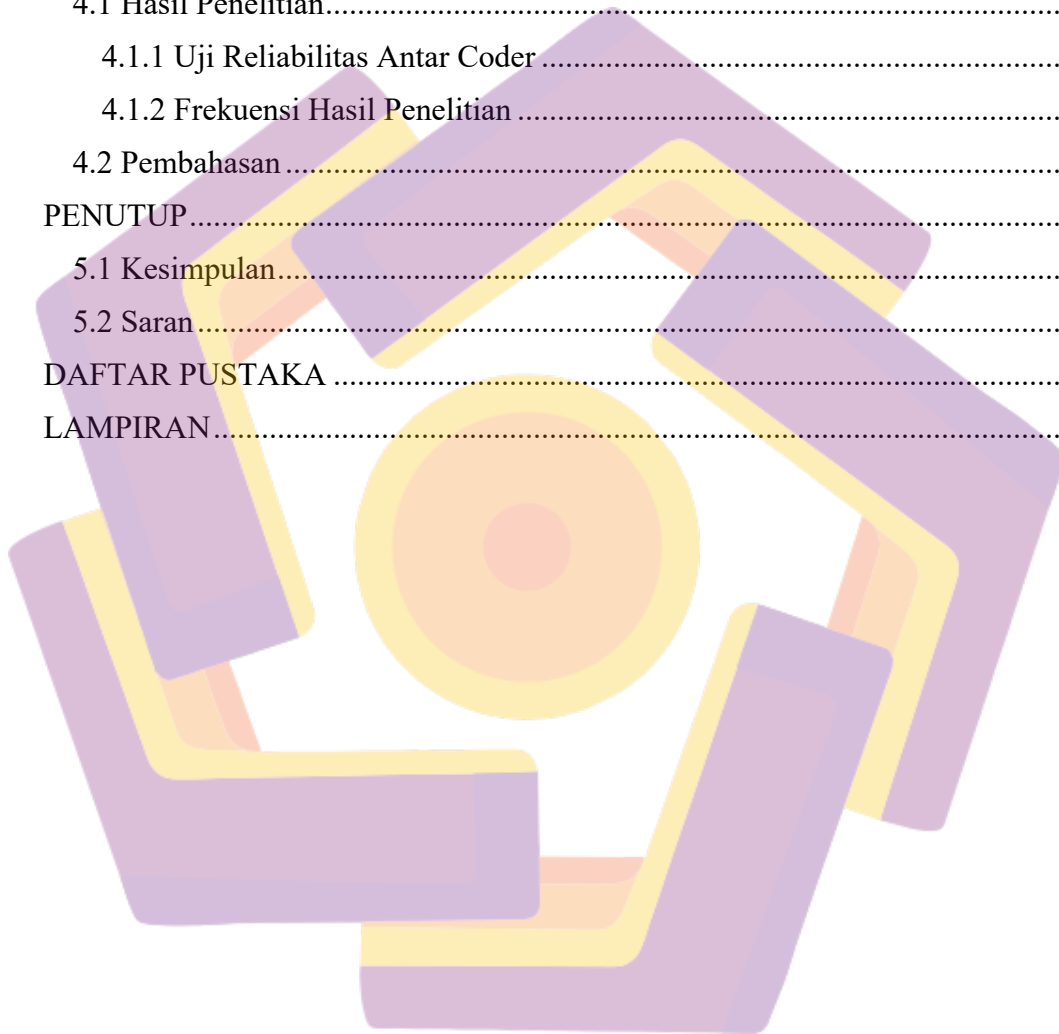


Erik Yudananto

DAFTAR ISI

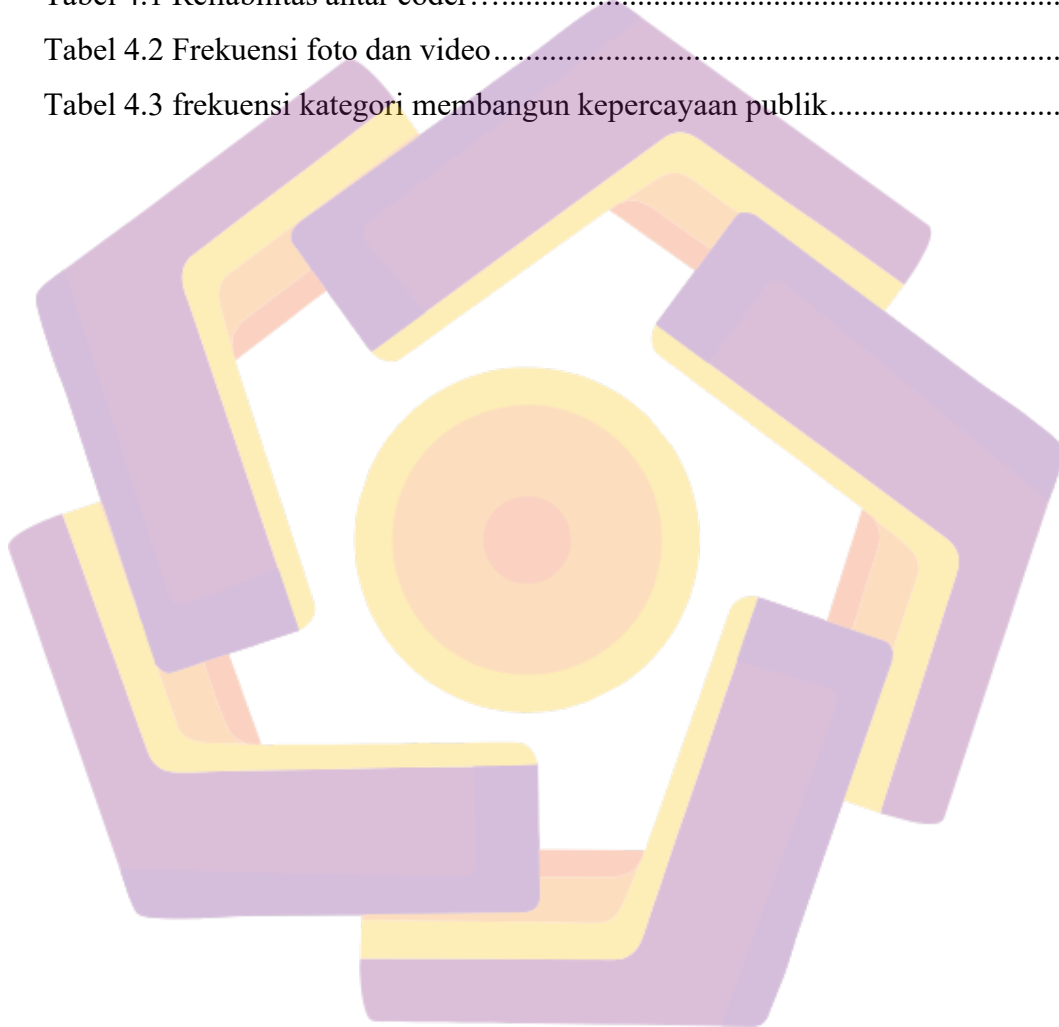
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
Sistematika Bab	5
TINJUAN PUSTAKA	6
2.1. Kepercayaan Publik.....	6
2.2 Media Sosial	9
2.3 Instagram	10
2.3.1 Sejarah Instagram	10
2.3.2 Fitur Instagram.....	10
2.4 Tabel Penelitian Perdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	20
METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Objek Penelitian	23

3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Populasi dan Sampel.....	24
3.6 Uji Validitas.....	26
3.7 Uji Reliabilitas.....	26
3.8 Variabel penelitian.....	28
BAB IV	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
4.1.1 Uji Reliabilitas Antar Coder	29
4.1.2 Frekuensi Hasil Penelitian	30
4.2 Pembahasan	32
PENUTUP	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	44



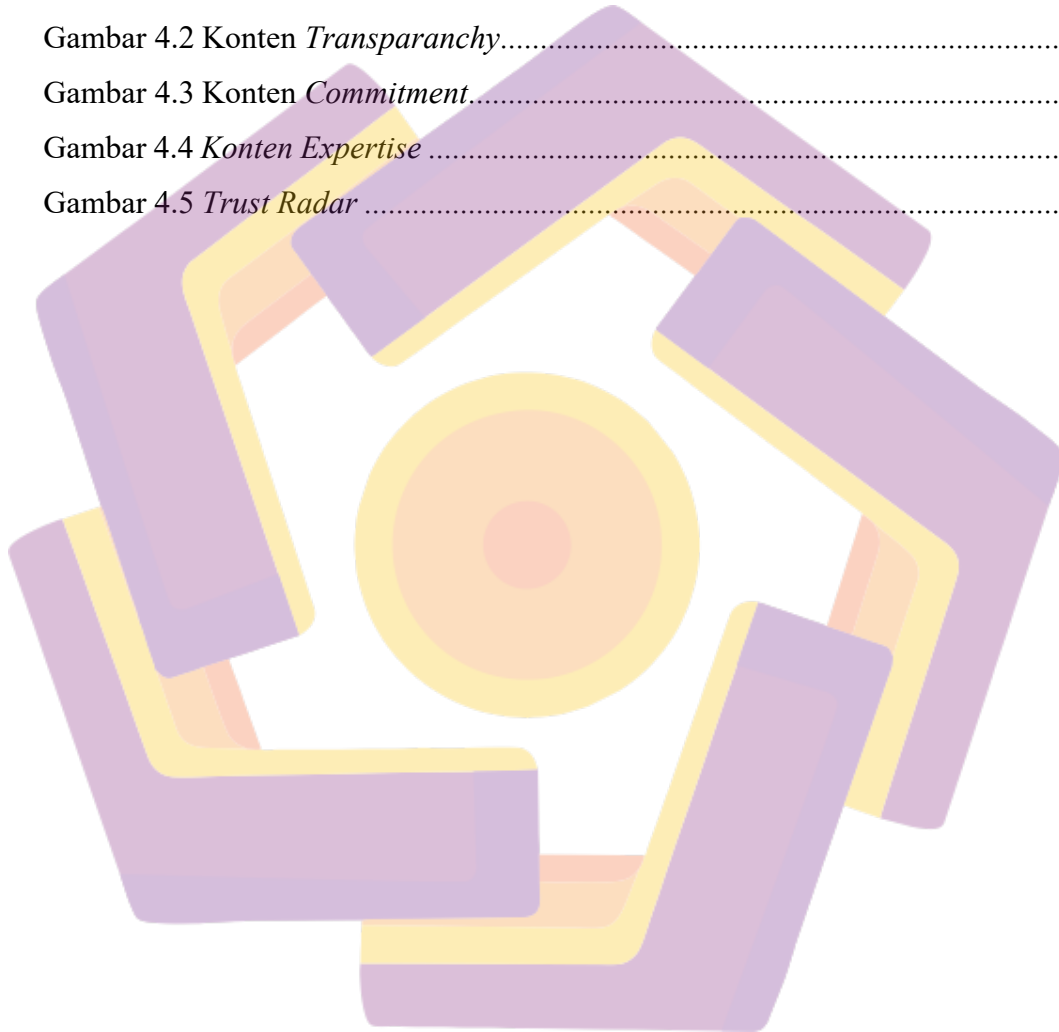
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan kepercayaan sosial dan kepercayaan politik.....	8
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Kategori variabel kepercayaan publik beserta indikator	27
Tabel 4.1 Reliabilitas antar coder.....	30
Tabel 4.2 Frekuensi foto dan video.....	31
Tabel 4.3 frekuensi kategori membangun kepercayaan publik.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Data Google trends Ferdy Sambo bulan Juli.....	24
Gambar 3.2 Data Google trends Ferdy Sambo bulan September.....	25
Gambar 3.3 Data Google trends Tedy Minahasa bulan Oktober.....	25
Gambar 4.1 Konten <i>Empathy</i>	34
Gambar 4.2 Konten <i>Transparanchy</i>	35
Gambar 4.3 Konten <i>Commitment</i>	36
Gambar 4.4 Konten <i>Expertise</i>	37
Gambar 4.5 <i>Trust Radar</i>	38



INTISARI

Membangun kepercayaan publik pada era saat ini merupakan hal yang biasa dilakukan oleh beberapa instansi atau organisasi. Tujuan membangun kepercayaan publik salah satunya untuk meningkatkan kinerja dan juga untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau instansi, seperti halnya instansi Polri. Polri pada beberapa bulan terakhir mengalami penurunan kepercayaan publik akibat beberapa kasus yang dilakukan oknum dari Polisi tersebut. Dalam membangun kepercayaan publik banyak cara dilakukan oleh Polri salah satunya melalui media sosial Instagram @divisihumaspolri. Penelitian ini akan membahas mengenai analisis isi kuantitatif konten Instagram @divisihumaspolri dalam membangun kepercayaan publik, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui jenis konten apa saja yang digunakan oleh Humas Polri dalam membangun kepercayaan publik, dengan menggunakan indikator dari trust radar. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Trust Radar* yang terdiri dari empathy, transparency, expertise, dan commitment. Kemudian untuk pengujian data yang diperoleh menggunakan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, terlihat bahwa Humas Polri dalam membangun kepercayaan publik melalui Instagram @divisihumaspolri banyak menggunakan konten dalam bentuk video daripada menggunakan bentuk konten foto. Kemudian untuk jenis tipe konten yang dibuat kebanyakan mengarah ke tipe konten *Commitment* dalam membangun kepercayaan publik

Kata Kunci : Polri, Humas, Instagram, Kepercayaan publik.

ABSTRACT

Building public trust in the current era is something that is usually done by several agencies or organizations. One of the goals of building public trust is to improve performance and also to achieve the goals of an organization or agency, such as the Polri. The National Police in the last few months has experienced a decline in public trust due to several cases carried out by these police officers. In building public trust, the Police use many ways, one of which is through the social media Instagram @divisihumaspolri. This study will discuss quantitative content analysis of Instagram @divisihumaspolri content in building public trust, using a descriptive quantitative approach and using quantitative content analysis methods. The purpose of this study is to find out what types of content are used by Polri Public Relations in building public trust, using indicators from the trust radar. The indicators used in this study are Trust Radar which consists of empathy, transparency, expertise, and commitment. Then to test the data obtained using the reliability test. Based on the results that have been obtained, it appears that Polri's public relations in building public trust through Instagram @divisihumaspolri uses a lot of content in the form of videos rather than using the form of photo content. Then for the types of content types that are made mostly lead to the Commitment content type in building public trust.

Keywords: *Polri, Public Relations, Instagram, Public Trust*