

**STRATEGI HUMAS POLRES BANTUL DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat

Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

RAFIF FAISHAL HAMMAM

NIM 22.96.3088

Kepada

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

TAHUN 2026

**STRATEGI HUMAS POLRES BANTUL DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat

Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

RAFIF FAISHAL HAMMAM

NIM 22.96.3088

Kepada

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI HUMAS POLRES BANTUL DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rafif Faishal Hammam

22.96.3088

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal, 06 April 2026

Dosen Pembimbing,



Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom

NIK. 190302661

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI HUMAS POLRES BANTUL DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rafif Faishal Hammam

22.96.3088

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 April 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Wiwid Adiyanto, A.Md., S.I.Kom., M.I.Kom.

NIK. 190302477

Bela Fatava Azmi, S.Kom.I., M.A.

NIK. 190302659

Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom.

NIK : 190302661

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(22 April 2026)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Rafif Faishal Hammam

NIM : 22.96.3088

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

STRATEGI HUMAS POLRES BANTUL DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Dosen Pembimbing: Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 06 April 2026

Yang Menyatakan,


Rafif Faishal Hammam

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Swt. atas limpahan rahmat, nikmat, kekuatan, dan kesempatan yang tak henti diberikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Hery Muryanto S.T dan Ibu Purwantilah A.Md.Farm, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang yang tak pernah putus. Yang selalu mengusahakan Anak pertamanya ini untuk menempuh Pendidikan setinggi - Tingginya Terimakasih atas support dan doanya Gelar ini saya persembahkan untuk Bapak Hery dan Ibu Purwanti Tercinta.
2. Terimakasih Kepada Pradita Kusuma Aisyah Yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan saya, Termakasih atas waktu, Dukungan dan doa dalam Menyusun skripsi ini sampai selesai.
3. Ucapan Terimakasih Kepada dosen Pembimbing Anggun Anindya Sekarningrum M.I.Kom yang telah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai, Disertai Permohonan maaf atas kekurangan selama bimbingan. Terimakasih Kepada Teman teman saya (Ryan, Fauzi, Fuad) atas dukungan dan Support dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
4. Terimakasih untuk keluarga besar P. Production atas support dalam perkuliahan awal sampai Akhir Ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “Strategi Humas Polres Bantul dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Melalui Media Sosial TikTok” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, dan ilmu pengetahuan yang berharga; kepada Dosen Pembimbing, Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang konsisten selama proses penulisan; serta kepada seluruh tim dosen dan staf akademik Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama perkuliahan dan penelitian. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Polres Bantul, khususnya bagian Humas, yang telah bersedia memberikan waktu, informasi, dan wawasan berharga mengenai strategi komunikasi dan penggunaan media sosial TikTok dalam membangun kepercayaan masyarakat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, universitas, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, April 2026

Rafif Faishal Hammam

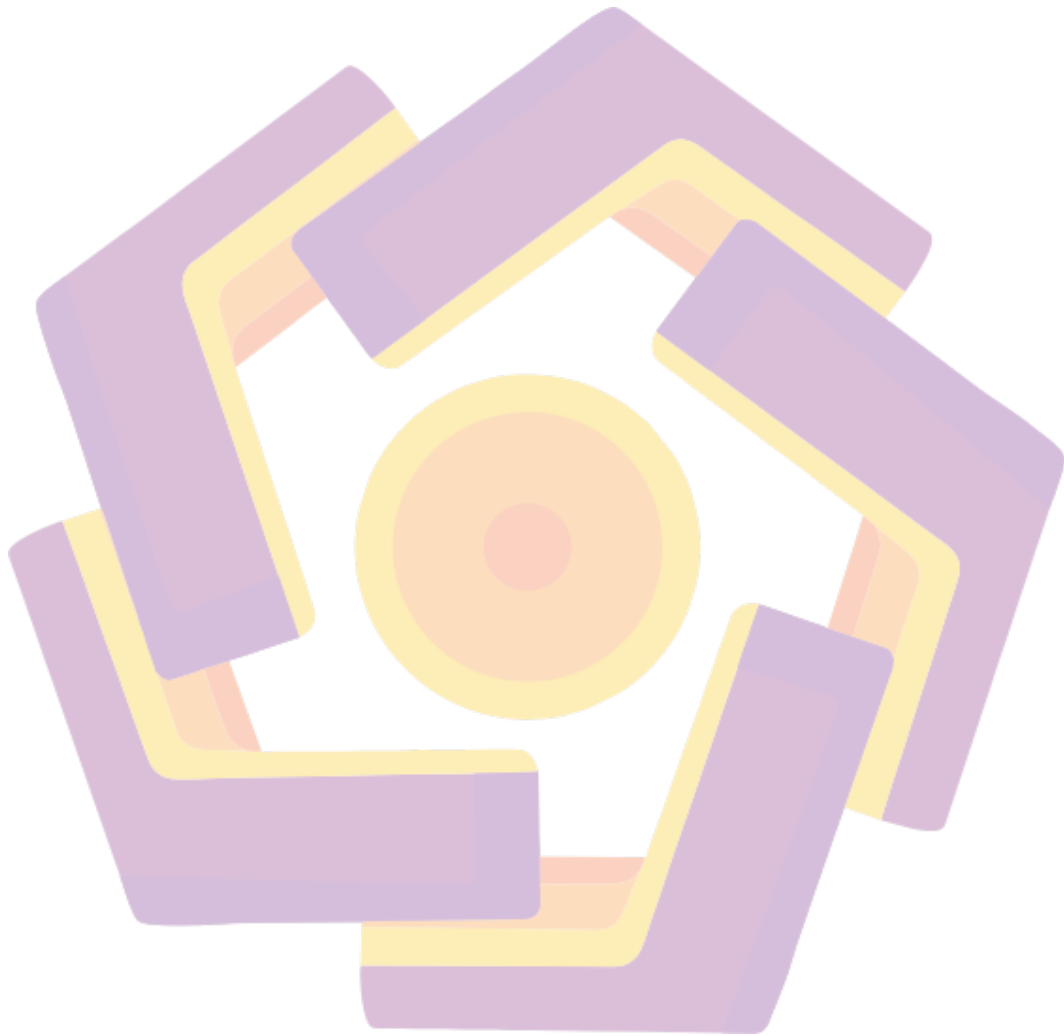
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.1.1 Hubungan Masyarakat (Humas)	15
2.1.2 Strategi Humas.....	18
2.1.3 Kepercayaan Publik	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Pendekatan Penelitian.....	25
3.3 Metode Penelitian.....	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.4.1 Subjek Penelitian	26
3.4.2 Objek Penelitian.....	27

3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1	Wawancara Mendalam.....	28
3.5.2	Observasi	28
3.5.3	Dokumentasi	29
3.6	Waktu dan Lokasi Penelitian	29
3.6.1	Waktu Penelitian	29
3.6.2	Lokasi Penelitian.....	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	30
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Profil	33
4.1.1	Gambaran Umum Polres Bantul	33
4.1.2	Visi dan Misi Polres Bantul	34
4.1.3	Struktur Organisasi Bidang Humas Polres Bantul	34
4.1.4	Profil akun TikTok @polresbantuldiy	36
4.1.5	Profil Informan Penelitian	38
4.2	Temuan Penelitian	38
4.2.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Humas Polres Bantul melalui TikTok	39
4.2.2	Implementasi Strategi Komunikasi melalui Konten TikTok	42
4.2.3	Evaluasi Strategi Komunikasi.....	52
4.2.4	Persepsi dan Respons Masyarakat terhadap Konten TikTok @polresbantuldiy.....	62
4.3	Pembahasan	66
4.3.1	Strategi Humas Polres Bantul melalui TikTok	66
BAB V PENUTUP.....		79
1.1	Kesimpulan.....	79
1.2	Saran	80
1.2.1	Saran Akademis	80
1.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		85
Lampiran 1. Draft Hasil Wawancara.....		85
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian		102
Lampiran 3. Bukti Dokument		104

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Penelitian	30
Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian.....	38

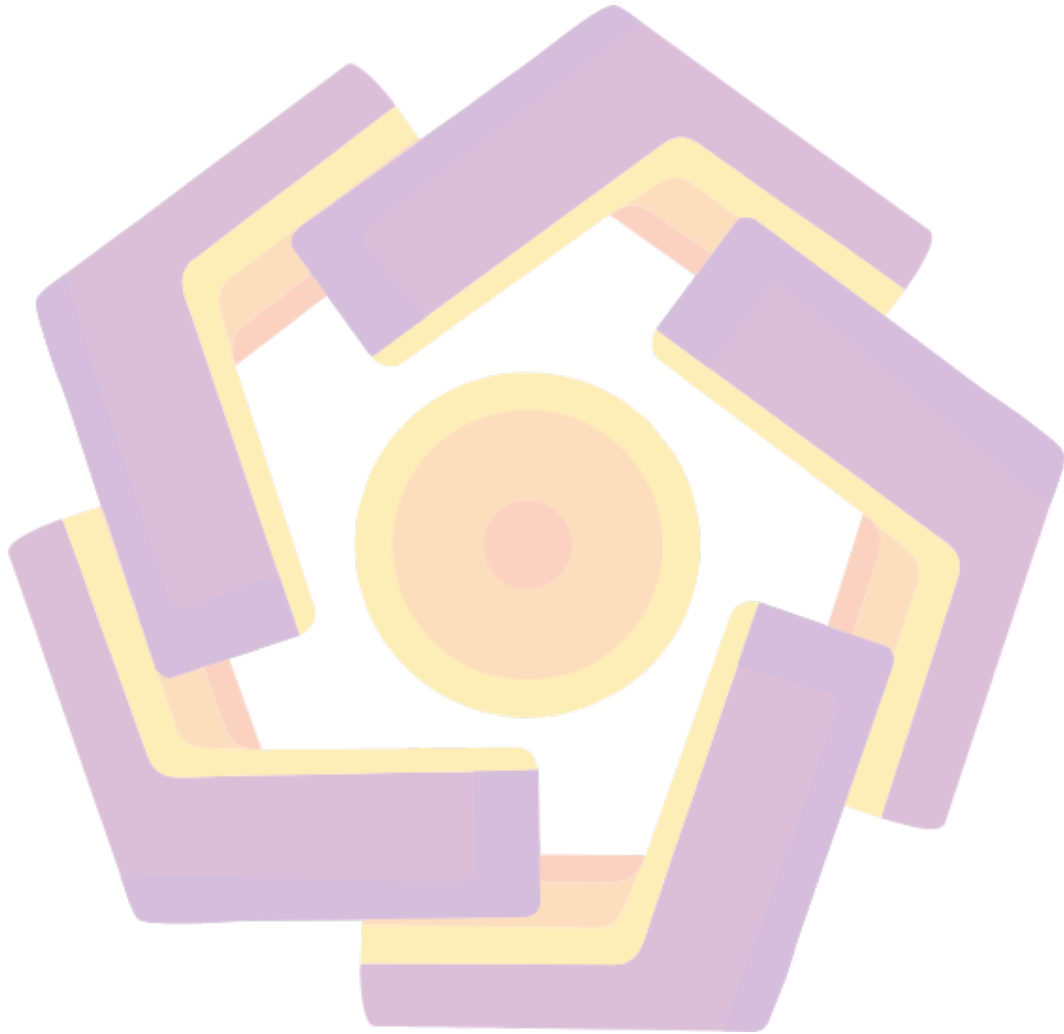


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil dan Konten Akun TikTok @polresbantuldiy.....	3
Gambar 1. 2 Komentar Negatif diKonten Akun TikTok @polresbantuldiy.....	5
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 4. 1 Logo Polres Bantul.....	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Polres Bantul	35
Gambar 4. 3 Profil akun @polresbantuldiy di platform TikTok.....	36
Gambar 4. 4 Contoh Konten Informatif Mengenai Cara Buat SKCK Beda Domisili	42
Gambar 4. 5 Contoh Konten Publikasi Kasus Hukum Pelaku Pengeroyokan dengan Senjata Tajam.....	43
Gambar 4. 6 Contoh Konten Edukatif Himbauan Keselamatan Berlalu Lintas ...	45
Gambar 4. 7 Contoh Konten Humanis Promosi Dagangan Tempe dan Singkong Milik Mbah Amat Bajuri.....	46
Gambar 4. 8 Contoh Konten Humanis Panti Asuhan Anak Balita Yayasan Gotong Royong Tegal Krapyak di Wilayah Sewon Bantul	47
Gambar 4. 9 Konten Kolaboratif Kerja Sama Antar Unit di Lingkungan Polres Bantul	47
Gambar 4. 10 Contoh Balasan Komentar Admin Akun TikTok @polresbantuldiy	54
Gambar 4. 11 Data Analitik Penonton Akun TikTok @polresbantuldiy Periode 5 April 2025 – 4 April 2026.....	55
Gambar 4. 12 Data Pertumbuhan Pengikut Akun TikTok @polresbantuldiy, 20 Jan 2025 – 19 Jan 2026	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Hasil Wawancara.....	85
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian.....	102
Lampiran 3. Bukti Dokumen.....	104



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi Humas Polres Bantul melalui konten TikTok dalam membangun kepercayaan masyarakat. Latar belakang penelitian ini berangkat dari penurunan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian pasca kasus Ferdy Sambo, di mana tingkat kepercayaan masyarakat sempat anjlok hingga 54,2% pada Agustus 2022. Di tengah krisis tersebut, Polres Bantul memanfaatkan platform TikTok melalui akun @polresbantuldiy sebagai media komunikasi publik sejak tahun 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan yang terdiri dari Kepala Bidang Humas, Staf Humas pengelola TikTok, serta tiga pengikut aktif akun @polresbantuldiy. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana, dengan keabsahan data melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polres Bantul menerapkan strategi komunikasi yang terencana mengikuti model RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*) dan lima elemen digital *public relations* Phillips dan Young, yaitu transparansi, porositas, internet sebagai agen, kekayaan konten, dan jangkauan. Implementasi strategi diwujudkan melalui diversifikasi empat kategori konten yaitu informatif, edukatif, humanis, dan kolaboratif dengan frekuensi minimal 3–5 konten per minggu dan optimasi algoritma For You Page (FYP). Hasilnya, akun @polresbantuldiy mencatatkan 144 juta tayangan, 3,2 juta suka, 399 ribu konten dibagikan, dan pertumbuhan 54 ribu pengikut dalam satu tahun, dengan dominasi sentimen positif sebesar 65%. Kepercayaan masyarakat terbangun melalui empat pilar utama, yaitu transparansi informasi, responsivitas interaksi digital, humanisasi institusi, serta konsistensi antara komunikasi online dan pelayanan langsung di lapangan.

Kata Kunci: Strategi Humas, TikTok, Kepercayaan Masyarakat, Polres Bantul, Media Sosial

ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the public relations communication strategy of Polres Bantul through TikTok content in building public trust. The background of this research stems from the decline of public trust in law enforcement institutions following the Ferdy Sambo case, in which public trust plummeted to 54.2% in August 2022. Amid this crisis, Polres Bantul utilized the TikTok platform through the account @polresbantuldiy as a public communication medium since 2021. This study employed a qualitative approach using a descriptive case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving five informants consisting of the Head of Public Relations, the TikTok account manager, and three active followers of @polresbantuldiy. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, with data validity ensured through source and technique triangulation. The findings indicate that Polres Bantul's Public Relations Division implemented a planned communication strategy following the RACE model (Research, Action, Communication, Evaluation) and the five elements of digital public relations by Phillips and Young, namely transparency, porosity, internet as agent, richness in content, and reach. The strategy was implemented through the diversification of four content categories: informative, educative, humanistic, and collaborative, with a minimum frequency of 3–5 uploads per week and optimization of the For You Page (FYP) algorithm. As a result, the account @polresbantuldiy recorded 144 million views, 3.2 million likes, 399 thousand shares, and a growth of 54 thousand followers within one year, with a dominant positive sentiment of 65%. Public trust was built through four main pillars: information transparency, digital interaction responsiveness, institutional humanization, and consistency between online communication and direct offline service.

Keywords: Public Relations Strategy, TikTok, Public Trust, Polres Bantul, Social Media