

STRATEGI HUMAS BRIMOB POLRI DALAM PEMBENTUKAN CITRA MELALUI INSTAGRAM @HUMASKORPSBRIMOB

Noviawan Rasyid Ohorella¹, Bintang Aditya Pratama², Dyah Anggraini³, Suhartini⁴

¹Doktoral Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

³Program Studi Sistem Komputer, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

⁴Program Studi Sistem Komputer, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

¹noviawanrasyid@staff.gunadarma.ac.id, ²adityabintang99@gmail.com, ³d_anggraini@staff.gunadarma.ac.id,

⁴shartini@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi yang digunakan oleh Tim Hubungan Masyarakat (Humas) Korps Brimob Polri dalam membangun dan membentuk citra positif melalui media sosial Instagram pada akun @humaskorpsbrimob. Penelitian ini didasari oleh fenomena kesenjangan komunikasi antara aparat kepolisian dengan masyarakat dan juga fenomena perkembangan digitalisasi diantaranya social media menjadi suatu keharusan dalam mencitrakan diri kepada khalayak luas. Penelitian ini menggunakan Teori Computer Mediated Communication, teori ini memiliki asumsi yaitu bahwasanya komunikasi manusia yang dilakukan melalui perangkat computer tetap memiliki prinsip dasar komunikasi yaitu pesan, identitas, dan juga hubungan. Dari asumsi yang dimaksud, elemen model komunikasi Laswell maupun Shannon weaver menjadi penting dalam membangun dan membentuk citra positif di media social. Penelitian ini focus menyoroti bagaimana media digital seperti Instagram dan social media lainnya dapat dimanfaatkan secara bijak dan berkesinambungan untuk membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dalam penelitian ini Data yang dibutuhkan dikumpulkan melalui wawancara mendalam kepada para informan, kemudian observasi lapangan, dilanjutkan dengan pendokumentasian, dan terakhir dilakukan kajian studi pustaka. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa Humas Korps Brimob Polri sangat memanfaatkan media social Instagram berupa fitur seperti feed, reels, story, dan live untuk meningkatkan interaksi dengan publik. Penggunaan konten visual yang menarik dan pesan yang jelas tentunya membantu menciptakan persepsi positif masyarakat terhadap institusi Korps Brimob Polri. Kepercayaan, keterbukaan informasi, dan konsistensi dalam menyampaikan pesan menjadi faktor utama dalam keberhasilan membangun citra positif melalui media sosial.

Kata Kunci: Strategi Humas; Brimob Polri; Pembentukan Citra; Instagram; @humaskorpsbrimob.

ABSTRACT

This study discusses the communication strategies used by the Public Relations Team (Humas) of the Indonesian National Police Mobile Brigade Corps (Brimob) in building and forming a positive image through Instagram social media on the @humaskorpsbrimob account. This study is based on the phenomenon of communication gaps between police officers and the public and also the phenomenon of digitalization developments, including social media becoming a necessity in building one's image to a wider audience. This study uses the Computer Mediated Communication Theory, this theory has the assumption that human communication carried out through computer devices still has the basic principles of communication, namely messages, identity, and relationships. From the assumption in question, the elements of the Laswell and Shannon Weaver communication models are important in building and forming a positive image on social media. This study focuses on highlighting how digital media such as Instagram and other social media can be used wisely and continuously to build effective communication with the public. The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach and the paradigm used in this study is the constructivism paradigm. In this study, the required data were collected through in-depth interviews with informants, followed by field observations, documentation, and finally a literature review. The results of the study indicate that the Public Relations of the Indonesian National Police Mobile Brigade Corps (Brimob) utilizes Instagram social media features such as feeds, reels, stories, and live feeds to enhance public interaction. The use of engaging visual content and clear messages certainly helps create a positive public perception of the Indonesian National Police Mobile Brigade Corps (Brimob). Trust, openness of information, and consistency in conveying messages are key factors in successfully building a positive image through social media.

Keywords: *Public Relations Strategy; Brimob Polri; Image Building; Instagram; @humaskorpsbrimob.*

A. PENDAHULUAN

Santoso (2025), mendefinisikan pengertian mendasar komunikasi sebagai sesuatu yang mengacu pada kesamaan arti yang terbangun antara pengirim dan penerima pesan. Faktor-faktor kultural dan kondisi sosial-psikologis menentukan upaya untuk menciptakan kesamaan arti atau pesan pesan antara kedua belah pihak, sedangkan Bailussy et al. (2020) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses pertukaran informasi yang terjadi antara pengirim kepada penerima pesan dengan tujuan untuk mendapat kesamaan arti.

Komunikasi melibatkan manusia sebagai pengirim dan penerima pesan. Dimulai dari gagasan yang diolah menjadi pesan, lalu disampaikan melalui media tertentu. Penerima memahami pesan tersebut dan memberikan tanggapan, yang membantu pengirim menilai efektivitas dan tingkat pemahaman pesan yang disampaikan. (Lestari, 2020).

Komunikasi kini berlangsung cepat melalui berbagai media, terutama internet dan media sosial. Dewa & Safitri (2021) mendefinisikan media sosial sebagai platform online untuk interaksi, partisipasi, dan berbagi konten.

Media sosial kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat. Platform ini dimanfaatkan untuk berbagi berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk momen-momen penting, agar dapat terhubung dan berbagi dengan banyak orang. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan berita dan pengetahuan, memberikan tambahan informasi yang bermanfaat bagi para penggunanya. (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Riset yang dilakukan *We Are Social* (Januari 2024) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki populasi 278,7 juta dengan 58,9% urbanisasi. Koneksi seluler berjumlah 353,3 juta, melebihi populasi (126,8%), menandakan penggunaan ganda. Pengguna internet mencapai 185,3 juta (66,5% populasi), naik 0,8% dari tahun lalu. Pengguna media sosial stabil di 139 juta (49,9% populasi). Dengan jumlah pengguna internet yang signifikan di Indonesia, serta tingginya adopsi media sosial, platform media sosial menjadi alat penting dalam membangun hubungan dan citra publik.

Instagram merupakan sosial media kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Whatsapp. Berdasarkan riset yang dilakukan *We Are Social* (Januari 2024) menunjukkan pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 85,3% dari jumlah populasi. Iriantara (2019) mengemukakan bahwa Instagram ada banyak keuntungan dalam penggunaannya. Kehadiran Instagram di media sosial memengaruhi humas. Ketika perusahaan atau organisasi mengalami krisis, humas dapat menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dengan publik dan harus lebih inovatif dan kreatif dalam mempublikasikan informasi.

Public Relations (PR) atau yang lebih dikenal sebagai Humas adalah profesi yang sangat dibutuhkan oleh berbagai jenis perusahaan, organisasi, hingga instansi pemerintahan (Putri, 2025). Humas berperan sebagai saluran komunikasi, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal. Mengingat hubungan masyarakat menjadi salah satu faktor kunci dalam membentuk citra positif sebuah organisasi, keberadaan Humas pun menjadi hal yang tak terelakkan. (Permini & Atmaja, 2022)

Humas terbagi menjadi dua jenis, yaitu Humas Pemerintah (Government Public Relations) dan Humas Perusahaan (Corporate Public Relations). Peran, fungsi, dan tugas humas di lembaga publik memiliki kesamaan dengan humas di institusi pemerintahan. Kesadaran akan pentingnya kehadiran humas dalam sebuah organisasi kini semakin meningkat. Humas berperan dalam merancang, membangun, dan menjaga citra serta reputasi perusahaan di mata publik. (Royandiah et al., 2022)

Membangun citra positif adalah hal penting bagi humas untuk diterima masyarakat dan pemerintah. Kunci utamanya adalah komunikasi efektif dan keterbukaan. Humas dapat memanfaatkan media cetak, elektronik, dan digital untuk menyampaikan informasi. Di era globalisasi, perkembangan teknologi mempercepat arus informasi, memudahkan akses berita dengan cepat (Purwo & Puspasari, 2020). Dalam konteks ini, Korps Brimob Polri dapat memanfaatkan strategi komunikasi tersebut untuk memperkuat citra positifnya di mata masyarakat.

Korps Brimob Polri merupakan satuan elit Polri yang bertugas mengatasi gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas) tinggi, seperti kerusuhan massa, kejahatan terorganisir bersenjata, dan ancaman bom, bahan kimia, biologi, serta radioaktif. Sebagai satuan pamungkas Polri, Brimob memiliki kemampuan khusus dalam penanggulangan ancaman besar dan penyelamatan masyarakat. Dilengkapi personel terlatih, kepemimpinan solid, serta peralatan dan teknologi modern, Brimob siap menjaga keamanan dalam negeri. (Muliadin et al., 2024)

Korps Brimob, dalam menjalankan tugasnya, memerlukan peran humas untuk membentuk, meningkatkan, dan mempertahankan citra positif institusi. Oleh karena itu, peran Humas Korps Brimob sangat penting dalam membangun dan menjaga citra positif di kalangan masyarakat. Evanne (2023) mengatakan bahwa peran humas di institusi kepolisian tidak hanya membangun komunikasi untuk melaksanakan tugas, tetapi juga menjadi sarana membangun citra polisi.

Humas pemerintah merupakan ujung tombak dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah. (Putra & Daga, 2019). Dalam rangka meningkatkan citra positif instansi, salah satu media yang digunakan Humas Korps Brimob sosial media Instagram. Instagram digunakan dalam mensosialisasikan program, kegiatan, dan informasi terkait tugas serta kontribusi Brimob dalam masyarakat. Melalui Instagram, dengan ini Humas Korps Brimob dapat menjangkau khalayak luas secara efektif, menyampaikan pesan positif, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan publik.

Penggunaan sosial media instagram sebagai media pembentukan citra positif Humas Korps Brimob selaras dengan *Computer Mediated Communication (CMC)*. Susanto et al. (2024) menerangkan bahwa *CMC* menggunakan teknologi digital untuk memfasilitasi interaksi antarindividu, memperkuat kemampuan komunikasi, dan mempermudah berbagi informasi dengan cara yang efisien dan praktis.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lovia Evanne (2023), dengan judul "Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Citra Pelindung dan Pengayom Masyarakat," bertujuan untuk memahami strategi Humas Polres Lampung Utara dalam menjaga citra polisi sebagai pelindung dan pengayom masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan observasi. Fokus penelitian adalah pada penggunaan media sosial, seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube, sebagai alat komunikasi untuk memperkuat citra kepolisian.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah elemen penting dalam kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun makhluk sosial. Melalui komunikasi, kita saling bertukar informasi, menyampaikan perasaan, pemikiran, dan pengalaman. Setiap orang pasti berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara langsung maupun melalui media cetak atau elektronik. Dengan demikian, komunikasi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. (Mahadi, 2021).

Komunikasi, dalam setiap prosesnya melibatkan pertukaran informasi antara individu, yang bisa berupa pemikiran, ide, tujuan, perasaan, dan emosi. Aktivitas komunikasi ini terus berlangsung setiap hari, seiring dengan berjalannya waktu, sepanjang manusia hidup dan menjalani berbagai aktivitasnya. (Abidin, 2022). Oleh karena itu, komunikasi bukan hanya sekadar alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi kunci utama dalam membangun hubungan yang baik dan efektif.

Perkembangan era digital membawa perubahan dalam kondisi sosial masyarakat, di mana media sosial kini berperan sebagai sarana utama komunikasi massa. (Fuqoha & Firdausi, 2020). Dalam konteks ini, Korps Brimob Polri memiliki peluang besar untuk memanfaatkan sosial media yang berperan sebagai alat komunikasi massa sebagai platform untuk berkomunikasi dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun kepercayaan publik.

Konsep Humas

Fungsi humas secara struktural merupakan bagian integral dari suatu lembaga atau organisasi, bahkan sering kali memiliki keterkaitan langsung dengan fungsi manajemen puncak. Peran humas dapat dikatakan berhasil apabila berada di bawah kepemimpinan yang memiliki akses langsung kepada pengambil keputusan tertinggi (decision maker) dalam organisasi atau instansi terkait. Selain itu, keterbukaan informasi publik menjadi aspek penting

dalam demokrasi, yang menjunjung tinggi kebebasan dan hak asasi manusia untuk mendapatkan informasi yang benar dan dapat dipercaya. (Afnan, 2019)

Fungsi lain humas yang dapat dioptimalkan melalui media sosial adalah memantau dan mendengarkan opini publik. Dibandingkan dengan media konvensional, media sosial memiliki keunggulan interaktivitas yang memungkinkan opini publik terbentuk dengan cepat di ranah digital. Opini publik, baik yang positif maupun negatif, sering kali muncul melalui kolom komentar dan berbagai pendapat yang disampaikan di platform media sosial. (Prasetyawati, 2021).

Kesimpulannya, Humas berperan penting dalam membangun hubungan harmonis antara organisasi dan publik melalui komunikasi efektif, transparansi, dan pembentukan opini publik yang positif. Di sektor pemerintahan, humas memperkuat kepercayaan publik dengan komunikasi dua arah yang terbuka. Humas Korps Brimob memiliki tugas serupa dalam menjaga citra positif kepolisian, mengedukasi masyarakat, serta menyampaikan informasi operasional secara jelas. Pemanfaatan media sosial sangat penting untuk merespons opini publik dengan cepat dan efisien.

Humas Korps Brimob Polri

Humas Korps Brimob Polri memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan mempertahankan citra positif institusi di mata masyarakat. Widhara (2023), mengatakan bahwa polisi perlu membangun citra positif agar dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Humas Korps Brimob berfokus pada penyampaian informasi yang akurat dan jelas mengenai berbagai kegiatan operasional, program, dan kebijakan yang diterapkan. Strategi komunikasi yang efektif diperlukan agar nilai-nilai yang diusung oleh Korps Brimob dan diterima dengan baik oleh publik.

Humas Korps Brimob memiliki tanggung jawab dalam menjalin hubungan strategis dengan media sebagai saluran utama pemberitaan. Mereka memanfaatkan media untuk mengelola dan menyampaikan informasi secara efektif kepada masyarakat, baik di lingkungan

internal maupun eksternal Korps Brimob. Selain itu, Humas berperan dalam membangun kerja sama yang berkesinambungan dengan berbagai unit kerja lainnya, serta menjaga komunikasi timbal balik dengan masyarakat. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan informasi dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. (Muslim et al., 2024).

Humas Korps Brimob Polri memegang peran penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif institusi melalui komunikasi yang efektif dan transparan. Dengan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, Humas dapat menyebarkan informasi terkait kegiatan operasional dan program-program Brimob secara cepat, luas, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, dokumentasi yang baik turut mendukung penyampaian informasi yang profesional dan terpercaya.

Teori Computer Mediated Communication (CMC)

Teori CMC menjelaskan bahwa manusia dapat berkomunikasi dan saling terhubung melalui komputer yang terkoneksi satu sama lain. Setiap individu hanya perlu menggunakan perangkat komputer untuk berinteraksi dengan lawan bicaranya tanpa terhalang oleh jarak atau lokasi. Proses pertukaran informasi melalui CMC berlangsung dengan cepat dan mudah, menggantikan pola komunikasi tradisional yang mengharuskan pertemuan tatap muka. (Chandra, 2023).

Computer Mediated Communication memiliki tiga aspek utama, yaitu komunikasi, media, dan komputer. Komunikasi mengacu pada proses pengiriman dan penerimaan pesan antar komunikator. Media adalah alat atau saluran yang digunakan untuk menghubungkan para komunikator, berfungsi menyampaikan pesan dalam bentuk audio, gambar, teks, atau audio-visual. Aspek terakhir adalah komputer, yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan komunikator untuk mengirim dan menerima pesan dengan mudah. (Rustanta & Misnawati, 2004).

Komputer, sebagai hasil dari kemajuan teknologi, telah mempermudah komunikasi lisan dan tulisan, sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih efektif dan efisien. Teknik komunikasi ini dikenal sebagai Computer Mediated Communication. (Fransisca, 2019). Teori CMC digunakan sebagai landasan untuk memahami strategi Humas Korps Brimob dalam membangun citra positif di media sosial. Melalui komunikasi berbasis teknologi, Humas dapat menyampaikan pesan lebih efektif dan efisien.

Media sosial termasuk dalam pola computer mediated communication (CMC) yang terjadi melalui perantara jaringan internet. (Sosiawan & Wibowo, 2019). Instagram, misalnya, memanfaatkan teknologi untuk menghubungkan pengguna melalui internet. Akun @humaskorpsbrimob memanfaatkan platform ini sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas.

Instagram dipilih karena merupakan bentuk komunikasi yang populer dan efektif melalui media berbasis komputer (Computer-Mediated Communication). (Nethania & Rahmawati, 2023). CMC memudahkan interaksi dua arah antara Humas Korps Brimob dan publik. Melalui Instagram, publik dapat memberikan feedback melalui komentar atau direct message yang menciptakan komunikasi lebih langsung dan transparan. Respons cepat terhadap pertanyaan atau komentar masyarakat menunjukkan keterbukaan, yang berkontribusi pada citra positif Korps Brimob.

Computer Mediated Communication (CMC) adalah cara berkomunikasi secara online, di mana pesan dan perilaku manusia disampaikan melalui teknologi. Ketika berkomunikasi lewat internet, tidak ada komunikasi non-verbal seperti ekspresi wajah, nada suara, jarak fisik, posisi tubuh, penampilan, gerakan, sentuhan, atau bau yang terlihat. (Saputra & Sawitri, 2023). Meskipun demikian, CMC tetap memungkinkan Humas Korps Brimob untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui media digital, seperti teks, gambar dan video melalui sosial media Instagram.

Teori Computer Mediated Communication CMC sangat relevan dengan perkembangan komunikasi di era digital. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media utama, Humas Korps Brimob dapat menyampaikan informasi operasional dan program-program institusi secara strategis. Komunikasi yang cepat, menarik, dan terukur melalui Instagram tidak hanya memperkuat hubungan dengan masyarakat, tetapi juga membantu membangun citra positif organisasi.

C. METODE

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sumber data. Sumber data tersebut dapat berupa individu atau entitas non-individu (Nyoman Ayu Ari Apriastuti et al., 2019). Pada penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian adalah bagian Humas Korps Brimob dan followers Instagram akun @humaskorpsbrimob. Objek penelitian adalah hal yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian. Objek berperan sebagai sasaran penelitian untuk memperoleh jawaban atau solusi atas permasalahan yang dikaji. Objek merujuk pada lokasi atau subjek di mana peneliti melaksanakan kegiatan penelitiannya (Efitriana & Liana, 2022). Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Strategi yang digunakan oleh Humas Korps Brimob Polri dalam membentuk citra positif melalui akun Instagram @humaskorpsbrimob.

Penelitian kualitatif adalah metode yang menggunakan narasi atau deskripsi berbasis kata-kata untuk menjelaskan dan memahami makna dari berbagai fenomena, gejala, serta situasi sosial tertentu. Oleh karena itu, peneliti perlu memiliki pemahaman yang mendalam terhadap teori-teori yang relevan guna menganalisis kesenjangan antara konsep teoritis dan kenyataan yang terjadi di lapangan (Waruwu, 2023). Melalui pengumpulan data seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi pendekatan ini memungkinkan penafsiran yang lebih mendalam. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang upaya Korps Brimob Polri dalam membentuk citra positif mereka melalui media sosial Instagram, khususnya pada akun @humaskorpsbrimob.

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini berasumsi bahwa realitas bersifat subjektif dan tidak objektif, karena realitas dibentuk melalui konstruksi dan sudut pandang tertentu (Akhdani, 2023). Paradigma konstruktivisme melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang dibentuk melalui proses konstruksi sosial, di mana kebenarannya bersifat relatif. Paradigma ini berada dalam kerangka interpretivisme, yang mencakup tiga pendekatan utama, yaitu interaksi simbolik, fenomenologi, dan hermeneutika (Sia & Sujono, 2024). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup observasi lapangan, wawancara mendalam, studi Pustaka, dan dokumentasi (Salniwati et al., 2024).

D. TEMUAN

Profil Korps Brimob Polri

Korps Korps Brimob Polri didirikan pada 14 November 1946 dan merupakan salah satu satuan tertua di Kepolisian Republik Indonesia. Awalnya, satuan ini bernama Tokubetsu Keisatsu Tai sebelum berganti menjadi Polisi Istimewa, Mobrig (Mobile Brigade), hingga akhirnya dikenal sebagai Brimob. Dalam sejarahnya, Brimob berperan penting dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Sebagai satuan elit Polri, Brimob bertugas menangani ancaman keamanan berintensitas tinggi, seperti gerakan radikal bersenjata, aksi terorisme, dan pengamanan demonstrasi anarkis.

Markas Komando Korps Brimob Polri terletak di Jalan Akses UI, Kelapa Dua, Depok. Brimob memiliki empat resimen, yaitu Resimen I Gegana yang berpusat di Kelapa Dua Depok, Resimen II Pelopor di Kedung Halang Bogor, Resimen III Pelopor, dan Resimen IV Demlat yang juga berkedudukan di Kelapa Dua Depok. Keempat resimen ini mendukung operasional Brimob dalam menjalankan tugasnya sebagai garda terdepan Polri dalam menghadapi ancaman keamanan yang kompleks.

Profil Humas Korps Brimob Polri

Humas Korps Brimob Polri merupakan bagian dari fungsi hubungan masyarakat di lingkungan Kepolisian Negara Republik Indonesia yang bertugas mendukung pencapaian tujuan strategis Korps Brimob dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat. Sebagai elemen penting dalam organisasi, Humas Korps Brimob bertanggung jawab untuk mengelola informasi, komunikasi publik, serta dokumentasi yang dapat diakses oleh masyarakat.

Humas Korps Brimob Polri memiliki peran penting dalam menjaga hubungan baik antara internal dan eksternal, serta menghindari masalah komunikasi. Tugas utamanya adalah menciptakan citra positif melalui informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta menarik perhatian dan penerimaan masyarakat. Humas juga berfungsi menjelaskan situasi secara terbuka agar masyarakat bisa memahami dan menerima dengan baik, sehingga tercipta hubungan yang saling percaya dan mendukung.

Profil Instagram Humas Korps Brimob Polri

Akun Instagram @humaskorpsbrimob merupakan media utama yang digunakan oleh Humas Korps Brimob Polri dalam membangun citra positif dan berkomunikasi dengan masyarakat. Dengan jumlah pengikut mencapai 137 ribu, akun ini memanfaatkan fitur feed, reels, story, dan live untuk menyajikan berbagai konten informatif yang menampilkan kegiatan operasional, aksi kemanusiaan, serta edukasi tentang keamanan dan ketertiban masyarakat. Konten yang diunggah dikemas secara menarik dengan visual berkualitas tinggi dan narasi yang jelas, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan serta pemahaman publik terhadap peran dan tugas Korps Brimob.

Selain sebagai media informasi, Instagram juga menjadi wadah interaksi antara Humas Korps Brimob dan masyarakat. Dengan respons aktif terhadap komentar dan dm, akun ini menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan transparan. Partisipasi pengikut dalam memberikan tanggapan serta membagikan konten turut memperluas jangkauan informasi yang disampaikan. Melalui strategi digital yang terarah, Instagram tidak hanya menjadi alat publikasi, tetapi juga memperkuat kedekatan Brimob dengan masyarakat serta membangun citra institusi.

E. BAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil wawancara dengan sejumlah informan, yakni perwakilan Humas Korps Brimob serta pengikut akun instagram Humas Korps Brimob. Pembahasan ini berfokus pada strategi yang diterapkan dalam membangun citra positif Korps Brimob Polri melalui media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif guna memahami bagaimana strategi diterapkan dalam membangun citra positif di media sosial.

Humas Korps Brimob Polri menerapkan strategi komunikasi yang menonjolkan keterlibatan langsung dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial yang dikemas secara humanis di akun Instagram @humaskorpsbrimob. Program seperti bakti sosial, jumat berkah, dan kegiatan berbagi menjadi bagian penting dalam membentuk citra positif institusi. Bakti sosial yang dilakukan mencakup pemberian bantuan bagi korban bencana alam, renovasi fasilitas umum, hingga layanan kesehatan gratis. Sementara itu, program jumat berkah rutin dilakukan dengan membagikan makanan kepada masyarakat kurang mampu, menunjukkan kepedulian Brimob terhadap kesejahteraan sosial.

Selain itu, Humas Korps Brimob Polri juga aktif dalam kegiatan berbagi lainnya, seperti donasi pendidikan bagi anak-anak kurang mampu dan pembagian sembako di daerah terpencil. Semua kegiatan ini didokumentasikan dan disebarluaskan melalui fitur feed, reels, story, serta live di Instagram agar masyarakat dapat melihat langsung aksi nyata Brimob dalam melayani dan membantu mereka. Dengan interaksi yang transparan dan keterlibatan yang tinggi, strategi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik tetapi juga memperkuat citra Brimob sebagai institusi yang dekat dan peduli terhadap masyarakat luas.

Pemanfaatan Teknologi dalam Pengelolaan Media Sosial Humas Korps Brimob Polri

Pemanfaatan teknologi memainkan peran penting dalam pengelolaan media sosial Humas Korps Brimob, khususnya Instagram. Dengan berbagai fitur digital yang tersedia, Humas dapat menyampaikan informasi secara lebih efektif kepada masyarakat. Selain itu, Instagram memberikan keunggulan dibandingkan media komunikasi lainnya karena

kemampuannya dalam menyajikan informasi secara cepat, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Seperti yang dikatakan oleh Kopol Romatua Luter Siregar yang berposisi sebagai Paur Subbag Humas Korps Brimob Polri. Pertanyaan pertama yang peneliti tanyakan yaitu, Apakah ada alat atau teknologi lain selain ponsel dan komputer yang digunakan untuk mendukung pengelolaan media sosial? Informan menjawab

“...Ya, selain ponsel sama komputer, kami juga menggunakan beberapa alat tambahan ya untuk mengelola media sosial. Nah, contohnya kamera seperti dslr yang digunakan untuk mengambil foto sama video dengan hasil yang lebih bagus ya. Terus, kami juga menggunakan drone ya yang biasanya digunakan untuk dokumentasi dari udara, apalagi kalau ada acara besar atau kegiatan operasional di lapangan ya. Kalau untuk desain ya, kami menggunakan aplikasi seperti canva atau adobe illustrator. Itu sih biasanya digunakan buat bikin infografis ya”.

Kopol Luter menjelaskan bahwa dalam pengelolaan media sosial, selain menggunakan ponsel dan komputer, mereka juga memanfaatkan berbagai alat tambahan untuk meningkatkan kualitas konten. Kamera dslr digunakan untuk menghasilkan foto dan video yang lebih baik, sementara drone dimanfaatkan untuk dokumentasi udara, terutama dalam acara besar atau kegiatan operasional di lapangan. Selain itu, aplikasi desain seperti canva dan adobe illustrator digunakan untuk membuat infografis yang lebih menarik dan informatif. Hal ini juga sesuai dengan jawaban Brigadir Fiko seorang anggota tim reporter di Humas Korps Brimob.

“...Ya, jadi untuk mendukung kerja di media sosial, itu kami nggak cuma pakai ponsel atau komputer aja, ya. Biasanya kami juga pakai kamera dslr buat dokumentasi kegiatan, biar hasilnya lebih bagus. Terus, kalau lagi rekam video, kami sering pakai gimbal juga, ya, supaya gambarnya lebih stabil, apalagi kalau lagi ada kegiatan di lapangan yang dilakukan korps brimob ya. Untuk edit, kami aplikasi seperti canva, adobe premiere atau

final cut pro biar konten yang kami buat lebih menarik dan gampang dipahami masyarakat”.

Brigadir Fiko menjelaskan bahwa dalam mendukung kerja di media sosial, tim Humas Korps Brimob tidak hanya mengandalkan ponsel atau komputer, tetapi juga menggunakan berbagai peralatan tambahan. Kamera dslr digunakan untuk dokumentasi kegiatan dengan kualitas yang lebih baik, sementara gimbal dimanfaatkan untuk memastikan hasil video yang lebih stabil, terutama dalam kegiatan operasional di lapangan. Untuk proses editing, mereka menggunakan aplikasi seperti canva, adobe premiere, dan final cut pro agar konten yang dihasilkan lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan para informan, dapat disimpulkan bahwa teknologi berperan penting dalam pengelolaan media sosial Humas Korps Brimob Polri, terutama Instagram. Selain ponsel dan komputer, tim Humas memanfaatkan kamera dslr, drone, dan aplikasi desain untuk meningkatkan kualitas konten. Bripda Fiko menambahkan bahwa gimbal digunakan untuk menjaga stabilitas video, sementara adobe premiere dan final cut pro membantu proses editing. Bharatu Adhitya Wiratama juga menekankan penggunaan tablet grafis untuk desain serta mikrofon dan encoder untuk memastikan kualitas live streaming. Secara keseluruhan, pemanfaatan berbagai alat dan teknologi digital mendukung penyampaian informasi yang lebih profesional, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Instagram dalam Mendukung Kegiatan Humas Korps Brimob Polri

Instagram menjadi platform utama yang digunakan Humas Korps Brimob untuk membangun citra positif dan berkomunikasi dengan masyarakat. Fitur seperti Instagram stories, reels, dan live memungkinkan Humas menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Selain itu, algoritma Instagram membantu menjangkau lebih banyak masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan dapat tersebar lebih luas.

Seperti yang dikatakan oleh Kompol Romatua Luter Siregar yang berposisi sebagai Paur Subbag Humas Korps Brimob Polri. Pertanyaan pertama yang peneliti tanyakan yaitu,

Fitur apa di Instagram yang dirasa paling mendukung kerja Humas dalam membangun citra positif? Informan menjawab.

“...Fitur di Instagram ya, menurut saya di Instagram banyak fitur yang sangat mendukung kerja kami ya. Salah satunya itu stories. Lewat stories, kami bisa unggah kegiatan secara real-time ya, seperti waktu ada bakti sosial atau penghargaan yang diterima. Stories juga punya fitur seperti tanya jawab atau tag lokasi ya. Itu tuh bisa membuat masyarakat bisa lebih terlibat langsung, jadi komunikasi terasa dua arah ya. Selain itu, ada juga, apa namanya? reels ya. Konten video di reels itu tuh mudah viral, apalagi kalau kita buatnya kreatif ya, misalnya tentang kegiatan kemanusiaan. Nah, dua fitur itu sih menurut saya ya cukup membantu, untuk menjaga citra positif kami”.

Kompil Luter menjelaskan bahwa fitur Instagram seperti stories dan reels sangat mendukung upaya Humas Korps Brimob dalam membangun citra positif. Stories memungkinkan Humas untuk mengunggah kegiatan secara real-time dan berinteraksi langsung dengan masyarakat, sementara reels memberikan peluang untuk menyebarkan konten kreatif yang bisa viral, terutama terkait kegiatan kemanusiaan. Kedua fitur ini efektif dalam menjaga citra positif Korps Brimob. Hal ini juga sesuai dengan jawaban Brigadir Fiko seorang anggota tim reporter di Humas Korps Brimob.

“...Kalau menurut saya ya. fitur yang paling berperan itu instagram live. Lewat live, jadi masyarakat itu bisa langsung lihat kegiatan kami tanpa diedit. Misalnya, waktu penanganan bencana atau upacara penting, mereka bisa langsung tahu apa yang kami lakukan. Transparansi itu jadi kunci sih buat bangun kepercayaan masyarakat. Terus, ada juga Sorotan. Sorotan ini kan arsip dari Stories. Jadi informasi penting, kayak program atau edukasi masyarakat, bisa dilihat kapan saja. Kalau ada yang mau tahu soal layanan kami, tinggal cek di situ aja”.

Hal ini juga sesuai dengan jawaban Kayla Adrefannisa Faryana seorang pengikut akun Instagram Humas Korps Brimob.

“...Untuk fitur di instagram itu yang paling dirasa sih, melalui postingan reels ya, karena di reels itu humas memposting video. Jadi, kalo dari saya sendiri pasti ngerasa kaya apa ya, ngerasa informasinya tuh jelas dan juga gampang diterima”.

Kayla menjelaskan bahwa fitur reels di Instagram sangat membantu dalam menyampaikan informasi dengan cara yang jelas dan mudah diterima. Menurutnya, video yang diunggah melalui reels membuat informasi lebih mudah dipahami, sehingga memberikan dampak positif bagi pengikut dalam menerima pesan yang disampaikan oleh Humas Korps Brimob. Hal ini juga sesuai dengan jawaban Aurel Tiara Putri seorang pengikut akun Instagram Humas Korps Brimob.

“...Kalau fitur dalam instagram biasanya itu postingan dan story, postingannya itu termasuk foto atau video, karena itu bakal membangun citra dalam masyarakat terhadap Humas Polri untuk lebih masyarakat tuh percaya dalam menyampaikan adanya mungkin pemberitahuan”.

Aurel menjelaskan bahwa fitur postingan dan story di Instagram sangat berperan dalam membangun citra positif Humas Korps Brimob di mata masyarakat. Melalui foto dan video yang diunggah, informasi dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan terpercaya, yang pada gilirannya membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Humas Polri.

Hasil wawancara dari para informan tersebut sepakat bahwa Instagram mempermudah Humas Korps Brimob dalam menyampaikan pesan melalui konten visual, interaksi, dan fitur pendukung. Kopol Luter menyoroti peran foto, video, hashtag, serta komunikasi lewat komentar dan dm. Brigadir Fiko menekankan fitur Sorotan untuk menyimpan informasi penting, sementara Bharatu Adhitya menilai Reels dan Insight efektif dalam strategi komunikasi. Kayla dan Aurel juga melihat Instagram sebagai platform yang cepat, jelas, dan mudah diakses, memperkuat hubungan humas dengan masyarakat.

Hubungan Hasil Penelitian dengan Teori

Teori *Computer Mediated Communication* menjelaskan bagaimana komunikasi manusia dimediasi oleh teknologi digital, memungkinkan interaksi tanpa batasan ruang dan waktu. Teori ini mencakup berbagai bentuk komunikasi berbasis komputer, termasuk media sosial yang digunakan sebagai sarana interaksi dan penyebaran informasi. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan Instagram oleh **Humas Korps Brimob Polri** sejalan dengan prinsip *Computer Mediated Communication*, di mana komunikasi yang terjadi antara institusi dan masyarakat berlangsung melalui perantara teknologi digital yang memungkinkan pertukaran informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **Humas Korps Brimob Polri** secara aktif memanfaatkan berbagai fitur Instagram, seperti **feed, reels, story, dan live**, untuk membangun dan memperkuat citra positif institusi di mata publik. Konten yang diunggah tidak hanya berupa informasi mengenai tugas dan kegiatan Korps Brimob, tetapi juga menampilkan sisi humanis dari institusi melalui dokumentasi aksi sosial dan interaksi dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan karakteristik CMC yang memungkinkan penyampaian pesan secara visual dan menarik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Interaksi yang terjadi di akun **@humaskorpsbrimob** juga mencerminkan komunikasi dua arah yang menjadi ciri khas *Computer Mediated Communication*. Pengikut akun Instagram dapat memberikan komentar, menyampaikan opini, atau mengajukan pertanyaan yang kemudian ditanggapi oleh tim **Humas Korps Brimob**. Komunikasi ini menciptakan keterlibatan audiens yang lebih besar serta meningkatkan transparansi dalam penyampaian informasi. Sejalan dengan teori *Computer Mediated Communication*, penggunaan teknologi digital dalam komunikasi ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara cepat dan langsung dari sumber yang kredibel.

Selain itu, penggunaan **video**, **foto**, serta infografis yang menarik dalam unggahan **Instagram @humaskorpsbrimob**, menunjukkan bahwa humas memahami pentingnya elemen visual dalam membangun persepsi publik. *Computer Mediated Communication* memungkinkan komunikasi yang lebih fleksibel dengan memanfaatkan berbagai bentuk media, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima oleh audiens. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa pemilihan format konten di Instagram disesuaikan agar lebih menarik dan informatif bagi masyarakat luas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa teori *Computer Mediated Communication* sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana **Humas Korps Brimob Polri** memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif. Pemanfaatan Instagram sebagai platform utama dalam strategi komunikasi digital membuktikan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang efektif dalam menciptakan keterlibatan publik, meningkatkan transparansi, dan memperkuat hubungan antara institusi dan masyarakat.

F. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pembentukan citra positif Humas Korps Brimob Polri serta menganalisis peran akun Instagram @humaskorpsbrimob dalam mendukung citra positif di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pembentukan citra positif Humas Korps Brimob Polri dilakukan melalui pendekatan komunikasi digital yang efektif dan interaktif. Humas Korps Brimob secara aktif memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan live untuk menyampaikan pesan kepada publik. Konten yang diunggah tidak hanya bersifat informatif mengenai tugas dan kegiatan Korps Brimob, tetapi juga menampilkan sisi humanis melalui

dokumentasi aksi sosial dan keterlibatan dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan. Penggunaan visual yang menarik dan narasi yang kuat menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi positif di masyarakat. Selain itu, kepercayaan publik semakin meningkat dengan adanya konsistensi dalam penyampaian informasi yang transparan dan akurat.

2. Peran akun Instagram @humaskorpsbrimob dalam pembentukan citra positif di media sosial sangat signifikan sebagai media komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi langsung antara institusi dan masyarakat. Humas Korps Brimob secara aktif merespon komentar dan *direct message* dari masyarakat, menciptakan keterlibatan yang lebih erat serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Selain itu, akun Instagram ini menjadi sarana utama dalam membangun transparansi, di mana masyarakat dapat melihat langsung berbagai kegiatan Korps Brimob dalam menjalankan tugasnya. Interaksi yang baik dengan audiens serta penggunaan bahasa yang informatif dan persuasif memperkuat citra Korps Brimob di mata masyarakat.

REFERENSI

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(1).
- Afnan, D. (2019). Fungsi Humas Desa Sebagai Pengelola Informasi di Era Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Soshum Insentif*. <https://doi.org/10.36787/jsi.v2i2.135>.
- Akhidani, M. A. (2023). Analisis Semiotika Sosial M.A.K Halliday Pemberitaan Perang Sudan di Media Online Kompas.Com dan Detik.Com. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 7884–7897.
- Bailussy, W., Bahry, S., & Simabu, L. A. (2020). Pola Komunikasi Universitas Dalam Menanggapi Persepsi Mahasiswa Tentang Komunikasi Pegawai Administrasi Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(1), 2.

- Chandra, G. (2023). Interaksi Hyperpersonal pada Pelatihan Berbasis E-Learning di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 129–139. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.22>.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 71.
- Efitriana, I., & Liana, L. (2022). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Turnover Intention (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Seiko: Journal of Management and Business*, 5(2).
- Evanne, L. (2023). Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Citra Pelindung Dan Pengayom Masyarakat. *Jasima: Jurnal Komunikasi Korporasi Dan Media*, 4(1).
- Fuqoha, & Firdausi, I. A. (2020). Kebijakan Pemerintah Dalam Aktualisasi Pancasila Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Perspektif Sosiologi Komunikasi. *JDKP (Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik)*, 1(1).
- Iriantara, Y. (2019). Humas Pemerintah 4.0. *Media Nusantara*, 16(1).
- Lestari, K. T. (2020). Pola Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mengembangkan Pantai Kelapa Panyuran Tuban Sebagai Destinasi Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(2).
- Mahadi, U. (2021). Komunikasi Pendidikan (Urgensi Komunikasi Efektif dalam Proses Pembelajaran) . *Joppas: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 2(2).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1).

- Muliadin, Jaenab, & Hidayanti, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Anggota Kompi 3 Batalyon C Pelopor Sat Brimob Polda Nusa Tenggara Barat. *Indonesian Journal of Intellectual Publication (IJI Publication)* , 4(3).
- Muslim, A. S., Nurwati, & Aminulloh, M. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi Guna Menciptakan Kamtibmas Yang Kondusif oleh Humas Korps Brimob di Resimen 1 Pasukan Pelopor Cikeas. *Karimah Tauhid*, 3(11), 12662–12778. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i11.15008>.
- Nethania, R. L., & Rahmawati, S. D. (2023). Analysis of the Communication Process in Digital Collaboration Through the Publication of Ga Jelas Comics. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(4), 3193. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i4.5635>.
- Nyoman Ayu Ari Apriastuti, N., I.B, P., & W, R. I. (2019). Bentuk, Fungsi Dan Jenis Tindak Tutur Dalam Komunikasi Siswa Di Kelas IX Unggulan Smp Pgri 3 Denpasar. In *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia* (Vol. 8, Issue 1).
- Permini, N. L. P. E., & Atmaja, I. M. W. K. (2022). Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung. *Jurnal Moderat*, 8(3).
- Prasetyawati, A. (2021). Dualisme Dampak Pemanfaatan Media Sosial Tiktok dalam Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2). <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i2.23148>.
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3).
- Putra, Y. K., & Daga, L. L. (2019). Strategi Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Ngada Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah. *Jurnal Communio*, 8(1).
- Putri, D. (2025). *Transformasi Praktik Public Relations di Era Digital (Studi Deskriptif Tentang Adaptasi Tentang Profesional PR)*. Sintesa: Magister Journal of Communication Science Program 4(2). <https://doi.org/10.30996/sintesa.v4i02.131999>.

- Royandiah, I., Akbar, Y. M., & Rosadi, R. R. (2022). Peran Humas Setjen DPR RI Dalam Mengelola Citra Positif. *Promedia, (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 8(2).
- Rustanta, A., & Misnawati, D. (2004). Deception in Computer-Mediated Communication. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 253–276. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i2.3764>.
- Salniwati, S., Pradnyan, I. G. M. S. D., Suraya, R. S., Rustiani, K. W., Sofia, S., Safitri, E. M., & Wicaksono, A. (2024). Pelatihan Observasi Sampah Dapur. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 6370–6374. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i4.31510>.
- Santoso, R & Herlina, A. (2025). *Peran Influencer Media Sosial dalam Membentuk Citra Destinasi Pariwisata: Perspektif Kualitatif*. Sintesa: Magister Journal of Communication Science Program 4(2). <https://doi.org/10.30996/sintesa.v4i02.131998>.
- Saputra, D., & Sawitri, H. (2023). Virtual Communication to Every Valorant Online Game Player in Developing Game Strategy. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 6(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7798149>.
- Sia, M. Y., & Sujono. (2024). Kajian Yuridis Pertimbangan Hukum Hakim Dalam Implementasi Prinsip Hukum Progresif Sebagai Paradigma Pembaharuan Sistem Peradilan Pidana di Indonesia. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6).
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2019). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.31315/jik.v16i2.2698>.
- Susanto, F., Sufa, S. A., Brumadyadisty, G., Jusnita, R. A. E., & Putro, H. E. (2024). Analisis penggunaan tagar #1hariloknum dan #percumalaporpholisi dalam fungsi komunikasi bermedia komputer di instagram. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(2).

- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>.
- Widhara, S. S. (2023). Manajemen Krisis Public Relations Polda Jabar Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Massa. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v2i1.6438>.