

ABSTRAK

“Strategi Komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam Penyampaian Informasi Publik Melalui Media Sosial Instagram”

Oleh :

FIRDA ANDINI PUTRI

2270201010

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik, termasuk oleh Humas Polda Bengkulu melalui akun Instagram @polda_bengkulu. Penggunaan Instagram tidak hanya ditujukan untuk menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan kepolisian, pelayanan publik, serta edukasi keamanan dan ketertiban masyarakat, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam menyampaikan informasi publik melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis penelitian menggunakan teori Social Media Marketing Communication dari Tuten dan Solomon (2018) melalui lima dimensi, yaitu Content, Engagement, Channel, Audience, dan Message. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu telah dilaksanakan secara terencana dan berjenjang. Pada dimensi Content, konten dirancang dengan prinsip informatif, edukatif, transparan, dan humanis dengan konten bertema razia lalu lintas, himbauan waspada penipuan dan kegiatan social. Pada dimensi Engagement, keterlibatan masyarakat masih lebih banyak bersifat pasif, sedangkan komentar dan diskusi aktif masih relatif terbatas. Pada dimensi Channel, Humas Polda Bengkulu memanfaatkan fitur Feed, Story, Reels, dan Live sesuai dengan karakteristik pesan. Pada dimensi Audience, sasaran informasi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terhadap informasi keamanan, ketertiban, dan pelayanan publik. Pada dimensi Message, informasi disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, relevan, serta melalui proses verifikasi sehingga mudah dipahami dan bermanfaat bagi masyarakat. Meskipun demikian, penelitian menemukan kendala berupa keterbatasan jangkauan Instagram terhadap kelompok usia lebih tua dan masyarakat di wilayah pelosok. Dengan demikian, strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu melalui Instagram telah berjalan cukup baik dalam mendukung penyampaian informasi publik, namun masih diperlukan penguatan partisipasi aktif masyarakat, pedoman teknis pengelolaan media sosial, serta pengembangan saluran komunikasi pelengkap agar penyampaian informasi publik dapat berlangsung secara lebih merata dan responsif.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Informasi Publik, Instagram, Social Media Marketing Communication.

ABSTRACT

THE PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY OF BENGKULU REGIONAL POLICE IN DISSEMINATING PUBLIC INFORMATION VIA INSTAGRAM

By:
Firda Andini Putri
2270201010

This study is motivated by the growing use of social media as a medium for public communication, including by the Bengkulu Regional Police Public Relations (PR) unit via their Instagram account of polda bengkulu. Instagram is utilized not only to disseminate information regarding police activities, public services, and education on public safety and order but also to foster communication with the public. This study aims to determine the public relations communication strategy of Bengkulu Regional Police in disseminating public information via Instagram.

The data collection involved interviews, observation, and documentation, while data analysis used the Miles and Huberman model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. The analysis applied Tuten and Solomon's (2018) Social Media Marketing Communication theory across five dimensions: Content, Engagement, Channel, Audience, and Message.

The results show that Bengkulu Regional Police PR unit's communication strategy has been implemented in a planned and tiered manner. Regarding the content dimension, material is designed to be informative, educational, transparent, and human-centric, covering topics such as traffic enforcement operations, fraud awareness advisories, and social activities. In the engagement dimension, public involvement remains largely passive, with active commenting and discussion being relatively limited. Regarding the channel dimension, the PR unit utilizes feed, story, reels, and live features tailored to the specific characteristics of the messages. In the audience dimension, information targeting is aligned with public needs regarding safety, order, and public services. Regarding the message dimension, information is conveyed using simple, clear, and relevant language and undergoes a verification process, ensuring it is easily understood and beneficial to the public. However, the study identified challenges regarding limited Instagram reach among older age groups and communities in remote areas. Thus, while Bengkulu Regional Police PR unit's Instagram communication strategy has performed well in supporting public information dissemination, there is still a need to strengthen active public participation, establish technical guidelines for social media management, and develop complementary communication channels to ensure more equitable and responsive public information delivery.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Public Information, Instagram

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi, terutama melalui media sosial, telah mengubah pola komunikasi, nilai sosial, dan norma-norma, mempercepat penyebaran informasi, serta meningkatkan konektivitas global, yang berdampak signifikan pada pola perilaku, konstruksi budaya, dan dinamika sosial masyarakat (Lela Siska Inriani Samosir, 2023) . Menurut (Istrate et al., 2022) Internet memungkinkan komunikasi global yang cepat dan pengambilan informasi, melampaui batasan yang dikenakan oleh dimensi temporal dan spasial. Ini membekali pengguna dengan kemampuan untuk membangun koneksi dan menyebarkan pengetahuan secara instan melalui berbagai perangkat, sehingga secara mendalam mengubah metodologi komunikatif dan meningkatkan aksesibilitas ke berbagai sumber informasi. Kehadiran internet menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perubahan tersebut karena memungkinkan proses komunikasi berlangsung dengan cepat, mudah, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Melalui internet, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi hanya dalam hitungan detik melalui telepon genggam maupun perangkat digital lainnya.

Kemajuan teknologi komunikasi juga menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Jika pada masa sebelumnya masyarakat lebih banyak memperoleh informasi melalui media konvensional seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah, maka saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan media digital dan media sosial sebagai sumber informasi utama. Kondisi ini menjadikan masyarakat semakin aktif dalam memilih, mencari, dan menyebarkan informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Menurut (Swarna et al., 2024) media baru berbasis internet telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi dua arah dan interaktif. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi produsen informasi yang dapat menyampaikan opini, komentar, dan tanggapan secara langsung.

Perubahan pola komunikasi tersebut mendorong munculnya berbagai platform media sosial yang kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Menurut (Mona Nofita Sari¹; Jhon Veri², 2025) Media sosial unggul dalam pengiriman pesan real-time dan jangkauan audiens yang luas, mendorong partisipasi publik yang aktif. Platform seperti WhatsApp, YouTube, TikTok, dan Instagram meningkatkan penyebaran informasi, mengubah dinamika komunikasi dan memungkinkan pengguna untuk memproduksi dan berbagi konten secara interaktif.

Perkembangan teknologi komunikasi menuntut adanya perubahan dalam pola penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemerintah tidak lagi dapat hanya mengandalkan pola komunikasi konvensional yang bersifat satu arah, seperti konferensi pers, baliho, atau surat edaran. Menurut (Muhamad Musta et al., 2025) Penelitian ini menggarisbawahi keharusan bagi badan-badan pemerintah untuk menerapkan strategi komunikasi bilateral proaktif, memanfaatkan media massa, platform media sosial, dan interaksi langsung untuk secara mahir menyampaikan narasi nasional dan meningkatkan dedikasi publik terhadap Pancasila, terutama dalam konteks tantangan kontemporer.

Masyarakat saat ini menuntut pemerintah untuk lebih cepat, transparan, terbuka, dan responsif dalam memberikan informasi. Hal tersebut sejalan dengan prinsip *good governance* yang menekankan pentingnya transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, dan keterbukaan informasi dalam penyelenggaraan pemerintahan. Menurut (Jannah & Sipahutar, 2022) Keterbukaan informasi publik merupakan salah satu indikator utama dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel, karena memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap informasi yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara.

Landasan hukum mengenai pentingnya keterbukaan informasi publik di Indonesia diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang tersebut menegaskan bahwa setiap badan publik wajib menyediakan, memberikan, dan menerbitkan

informasi yang berada di bawah kewenangannya kepada masyarakat. Informasi publik harus disampaikan secara cepat, tepat waktu, biaya ringan, dan sederhana. Dengan demikian, setiap instansi pemerintah memiliki kewajiban untuk memanfaatkan media yang efektif agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Salah satu unsur penting dalam penyampaian informasi publik oleh instansi pemerintah adalah peran hubungan masyarakat (humas). Dalam pelaksanaannya, humas bertugas sebagai pengelola komunikasi antara institusi dengan publik. Humas memiliki peran strategis dalam membangun citra institusi, menjaga reputasi organisasi, serta menyampaikan berbagai informasi resmi kepada masyarakat secara efektif. Menurut (Kriyantono, 2021), humas merupakan fungsi manajemen komunikasi yang bertugas membangun hubungan saling pengertian antara organisasi dan publik melalui proses komunikasi yang terencana dan strategis.

Fungsi humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola opini publik, pembentuk citra institusi, serta pengelola isu yang berkembang di media sosial. Humas pemerintah dituntut mampu melakukan komunikasi yang cepat, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Menurut (Rachmawati, 2023) humas pemerintah di era *post-truth* harus mampu mengelola informasi, opini publik, dan isu digital secara efektif agar kepercayaan masyarakat terhadap institusi tetap terjaga.

Keberhasilan penyampaian informasi publik melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan, mulai dari perencanaan pesan, segmentasi audiens, pemilihan media, hingga evaluasi efektivitas komunikasi. Menurut Cangara, strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2023). Strategi komunikasi mencakup berbagai aspek seperti penentuan sasaran audiens, pemilihan media, penyusunan pesan, penggunaan bahasa, hingga evaluasi terhadap efektivitas pesan yang disampaikan. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, pesan yang disampaikan

berpotensi tidak dipahami, diabaikan, atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.

Era digital saat ini, penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Media sosial memberikan peluang bagi instansi pemerintah untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, cepat, dan efisien. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, *reels*, *story*, dan siaran langsung. Menurut (Subiyanto & Valiant, 2022) Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai jejaring sosial, termasuk profil mereka sendiri.

Instagram dipilih sebagai media komunikasi publik karena karakteristik visual dan interaktifnya dinilai mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens digital. Selain itu, fitur-fitur seperti *reels*, *live streaming*, *polling*, *story*, dan kolom komentar memungkinkan adanya interaksi dua arah antara pengelola akun dengan masyarakat. Dalam perspektif teori Social Media Marketing Communication Tuten & Solomon (2018), Instagram sebagai platform media sosial memungkinkan proses komunikasi berlangsung secara interaktif, dua arah, dan terencana antara institusi dengan publik. Hal ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai saluran komunikasi strategis antara lembaga pemerintah dan masyarakat. Menurut (Ruchiat Nugraha et al., 2020) penggunaan Instagram oleh lembaga pemerintah dinilai efektif sebagai media komunikasi publik karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, visual, dan mudah diterima oleh masyarakat digital.

Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi publik juga didukung oleh tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia. Berdasarkan laporan Digital 2023 yang diterbitkan oleh We Are Social dan Hootsuite, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa atau sekitar 60,4 persen dari total populasi. Dari jumlah tersebut, Instagram

menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan, terutama oleh generasi muda dan kelompok usia produktif. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai media yang sangat potensial untuk digunakan oleh instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Kepolisian Negara Republik Indonesia sebagai salah satu institusi pemerintah yang memiliki tugas menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi. Kepolisian tidak hanya bertugas dalam penegakan hukum, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat. Penyampaian informasi yang cepat, akurat, dan transparan sangat penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian (Saputra et al., 2022).

Sebagai salah satu institusi kepolisian di tingkat daerah, Polda Bengkulu juga memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi publik melalui akun resmi @polda_bengkulu. Hingga saat ini, akun tersebut memiliki sekitar 74,8 ribu pengikut, yang menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi salah satu kanal komunikasi publik yang potensial bagi institusi tersebut dalam menjangkau masyarakat secara luas. Melalui akun tersebut, Humas Polda Bengkulu menyampaikan berbagai informasi seperti kegiatan institusi, peresmian rumah bedah, himbauan tertib berlalu lintas, edukasi keamanan masyarakat, pelayanan publik, serta dokumentasi kegiatan kepolisian lainnya.

Secara lebih rinci, postingan yang terdapat pada akun Instagram @polda_bengkulu dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis konten. Pertama, konten dokumentasi kegiatan institusi, yaitu foto dan video yang menampilkan berbagai kegiatan resmi seperti upacara, patroli, operasi keamanan, kegiatan sosial, serta kegiatan dari satuan-satuan di bawah Polda Bengkulu seperti Biddokkes, Ditsamapta, SPN, dan Bidkum. Kedua, konten himbauan publik, berupa infografis atau video pendek yang berisi himbauan tertib berlalu lintas, penggunaan helm, bahaya narkoba, pencegahan kejahatan, dan keselamatan berkendara. Ketiga, konten pelayanan publik,

yang menyampaikan informasi mengenai prosedur dan layanan SIM, SKCK, STNK, serta cara membuat laporan secara online. Keempat, konten edukasi hukum dan sosial, berupa sosialisasi peraturan, edukasi anti-hoaks, dan konten yang mendukung kesadaran hukum masyarakat. Kelima, konten klarifikasi isu, yaitu postingan yang merespons isu atau informasi yang beredar di masyarakat dengan menyampaikan klarifikasi resmi dari pihak Polda Bengkulu. Keenam, konten momen khusus, berupa ucapan hari besar nasional, peringatan HUT Polri, Hari Pers Nasional, dan momen-momen kelembagaan lainnya. Konten-konten tersebut disampaikan melalui berbagai format, meliputi foto di *feed*, video *reels*, *story* interaktif, serta *live streaming*. Keberagaman jenis dan format konten ini mencerminkan strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens digital serta memanfaatkan fitur-fitur Instagram secara optimal untuk menjangkau masyarakat secara luas dan efektif.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti terhadap akun Instagram @polda_bengkulu, ditemukan bahwa Humas Polda Bengkulu telah aktif memanfaatkan berbagai fitur Instagram dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Berbagai jenis konten diunggah secara rutin, mulai dari foto kegiatan, video, reels, hingga story interaktif. Beberapa unggahan informasi publik berhasil memperoleh jumlah penonton (*views*) yang cukup tinggi, tetapi tingkat keterlibatan aktif masyarakat dalam bentuk likes, komentar, dan share masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa Humas Polda Bengkulu telah merancang strategi komunikasi yang mampu menjangkau audiens secara luas melalui konten-konten yang diunggah di Instagram. Dalam konteks komunikasi digital, kondisi tersebut mengindikasikan pentingnya strategi komunikasi yang tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada upaya membangun keterlibatan atau engagement publik secara optimal melalui perencanaan pesan, pemilihan format konten, dan pemanfaatan fitur interaktif Instagram secara strategis (Ambia B Boestam & Azizah Des Derivanti, 2022).

Salah satu hal penting yang melatarbelakangi penelitian ini adalah bagaimana Humas Polda Bengkulu merancang dan menerapkan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Strategi komunikasi mencakup pengelolaan pesan, pemilihan jenis konten, serta pemanfaatan fitur-fitur Instagram untuk membangun interaksi (*engagement*) dengan masyarakat melalui berbagai konten yang diunggah di akun Instagram resmi Polda Bengkulu. Strategi komunikasi yang diterapkan Humas Polda Bengkulu mencakup perencanaan pesan, pemilihan jenis konten, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta pemanfaatan fitur interaktif Instagram seperti like, komentar, share, dan penyimpanan konten (*save*). Melalui strategi komunikasi yang terencana, Humas Polda Bengkulu berupaya meningkatkan keterlibatan aktif masyarakat agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif (Trunfio & Rossi, 2021).

Fenomena ini bukan hanya terjadi di Polda Bengkulu. Penelitian (Cindho Maharani & Herdono, 2025) terhadap akun Instagram @humaspoldajatim menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram secara strategis oleh humas kepolisian memberikan dampak positif terhadap penyampaian informasi publik. Penelitian tersebut merekomendasikan pemanfaatan strategi konten yang beragam dan penyediaan informasi layanan publik yang lebih spesifik untuk memperkuat komunikasi antara institusi dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang terencana melalui Instagram merupakan bagian penting dalam upaya humas kepolisian di Indonesia untuk memperkuat komunikasi publik secara digital.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi humas kepolisian melalui media sosial adalah pendekatan pengelolaan konten yang digunakan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa humas kepolisian yang menerapkan strategi konten beragam cenderung lebih berhasil dalam menyampaikan informasi kepada publik. Menurut (Suheman et al., 2022), pengelolaan Instagram yang optimal mencakup penggunaan narasi yang menarik, pemanfaatan fitur interaktif seperti *engagement* pada akun media sosial instansi pemerintah adalah

dengan mengembangkan konten yang variatif, menarik, dan memanfaatkan fitur interaktif platform secara optimal. Pengelolaan Instagram yang baik mencakup penggunaan foto, video, hingga fitur interaktif seperti *reels*, *story*, *polling*, atau siaran langsung, yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara institusi dengan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Humas Ditjen Diktiristek menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media prioritas, disertai pemahaman yang baik terhadap audiens dan riset konten yang optimal, dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi publik secara signifikan.

Media sosial juga menjadi tempat yang sangat rentan terhadap penyebaran hoaks dan disinformasi. Informasi yang tidak benar sering kali lebih cepat menyebar dibandingkan informasi resmi dari pemerintah. Dalam konteks kepolisian, hoaks yang berkaitan dengan kriminalitas, kecelakaan lalu lintas, penculikan anak, konflik masyarakat, hingga isu keamanan sering kali menimbulkan keresahan di masyarakat. Kondisi tersebut menuntut Humas Polda Bengkulu untuk tidak hanya aktif menyampaikan informasi, tetapi juga responsif dalam melakukan klarifikasi terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat melalui media sosial (Amaly et al., 2021).

Salah satu contoh fenomena yang sering terjadi di Bengkulu adalah beredarnya informasi mengenai kasus kriminal atau kecelakaan lalu lintas di media sosial yang belum tentu benar sumbernya. Dalam beberapa kasus, masyarakat lebih cepat mempercayai informasi dari akun tidak resmi dibandingkan menunggu klarifikasi dari pihak kepolisian.

Salah satu bentuk nyata strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu melalui Instagram dapat dilihat dari berbagai konten himbauan yang diunggah secara rutin, seperti himbauan tertib berlalu lintas, penggunaan helm, bahaya narkoba, pencegahan kejahatan, serta pelayanan SIM dan SKCK. Konten-konten tersebut disampaikan dalam format yang beragam dan menyesuaikan dengan karakteristik audiens digital. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Polda Bengkulu telah berupaya menerapkan strategi komunikasi yang adaptif dan terencana dalam memanfaatkan Instagram

sebagai media penyampaian informasi publik. Fenomena ini juga sejalan dengan penelitian.(Holipiah et al., 2024) yang menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi humas kepolisian di media sosial dipengaruhi oleh tingkat interaksi dan keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

Masyarakat saat ini cenderung lebih menyukai konten yang bersifat visual, singkat, dan interaktif. Kondisi ini mendorong Humas Polda Bengkulu untuk menyesuaikan strategi komunikasinya dengan karakteristik audiens media sosial. Oleh karena itu, konten berbentuk video konten berbentuk video *reels*, infografis, *story* interaktif, dan *live streaming* cenderung lebih banyak mendapatkan perhatian masyarakat. Oleh karena itu, humas perlu memahami karakteristik audiens media sosial agar pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima (Firdaus Haidar, 2021).

Mengoptimalkan pemanfaatan Instagram, Humas Polda Bengkulu menerapkan strategi komunikasi yang mencakup pemilihan jenis konten yang menarik, penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara optimal, serta kemampuan dalam merespons komentar dan pertanyaan masyarakat secara cepat. Selain itu, humas juga perlu melakukan evaluasi terhadap respon masyarakat untuk mengetahui sejauh mana efektivitas informasi yang disampaikan.

Kondisi tersebut, Humas Polda Bengkulu memerlukan strategi komunikasi yang tepat dalam mengelola akun Instagram. Strategi tersebut meliputi pemilihan jenis konten yang menarik, penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara optimal, serta kemampuan dalam merespons komentar dan pertanyaan masyarakat secara cepat. Selain itu, humas juga perlu melakukan evaluasi terhadap respon masyarakat untuk mengetahui sejauh mana efektivitas informasi yang disampaikan.

Evaluasi dapat dilakukan dengan melihat jumlah *like*, komentar, *share*, *reach*, *engagement*, dan respon masyarakat terhadap konten yang diunggah. Melalui evaluasi tersebut, humas dapat mengetahui jenis konten apa yang

paling diminati oleh masyarakat dan strategi komunikasi apa yang perlu diperbaiki. Dengan strategi komunikasi yang tepat, Instagram tidak hanya menjadi media penyebaran informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan, Media sosial membantu humas pemerintah membangun komunikasi dua arah, mendengar opini masyarakat, serta membangun citra dan reputasi lembaga di mata publik, partisipasi, dan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian (Maulvi et al., 2023).

Penelitian ini telah membahas pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah dalam penyampaian informasi publik, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam pemanfaatan Instagram sebagai media baru masih sangat terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengaitkan strategi komunikasi humas kepolisian daerah dengan dimensi-dimensi Social Media Marketing Communication berdasarkan teori Tuten & Solomon (2018), khususnya dalam konteks tingkat *engagement* masyarakat terhadap konten informasi publik. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam mengkaji strategi komunikasi digital Humas Polda Bengkulu melalui perspektif teori Social Media Marketing Communication Tuten & Solomon (2018) pada platform Instagram.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam penyampaian informasi publik melalui media sosial Instagram menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas Polda Bengkulu dalam mengelola Instagram, bagaimana efektivitas penyampaian informasi yang dilakukan, serta apa saja kendala yang dihadapi dalam proses komunikasi publik melalui media sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang humas pemerintahan dan komunikasi digital, serta menjadi bahan evaluasi bagi Humas Polda Bengkulu dalam meningkatkan kualitas komunikasi publik melalui Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam menyampaikan informasi publik melalui media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Polda Bengkulu dalam menyampaikan informasi publik melalui media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi kehumasan (*public relations*) dan penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi publik oleh institusi pemerintah, dan penerapan teori Social Media Marketing Communication Tuten & Solomon (2018) dalam strategi komunikasi lembaga publik melalui media sosial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi Humas Polda Bengkulu dalam menyusun serta mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif melalui media sosial Instagram guna meningkatkan kualitas penyampaian informasi publik, keterlibatan masyarakat, dan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi instansi pemerintah lainnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik di era digital.