

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I., Rohani, Wijaya, M. A., & Suhardi, T. (2025). Strategi Komunikasi Digital Polri dalam Membangun Reputasi Polda Lampung di Media Sosial. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 11(2).
<https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/1153>
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2021). The Circular Model of SoMe in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2).
<https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Artianasari, N., & Qadaruddin, M. (2022). Strategi Komunikasi Polres Menangani Hoax di Media Sosial melalui CPR. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 7(2). <https://doi.org/10.24256/pal.v7i2.3157>
- Basyo, & Anirwan. (2023). *Sumber Basyo dan Anirwan (2023) sebagaimana dikutip dalam naskah*.
- Bengkulu, S. B. P. (n.d.). *Akun Instagram resmi @satbrimobda_bengkulu*.
- Bengkulu, T. N. (2025a). *Berita latihan double stick Detasemen Gegana*.
<https://tribratanews.polri.go.id/>
- Bengkulu, T. N. (2025b). *Berita latihan menembak SPR jarak 300 meter*.
<https://tribratanews.polri.go.id/>
- Bungin, B. (2022). *Sosiologi Komunikasi*. Kencana.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (ke-2). Rajawali Pers.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (ke-9). Pearson Prentice Hall.
- December, J. (1997). Notes on Defining of Computer-Mediated Communication. *Computer-Mediated Communication Magazine*, (3).
<https://johndecember.com/cmc/mag/1997/jan/december.html>
- detikNews. (2026). *Tingkat Kepercayaan Publik ke Polri 82,4%, Habiburokhman Puji Kapolri*. <https://news.detik.com/berita/d-8548065/tingkat-kepercayaan-publik-ke-polri-82-4-habiburokhman-puji-kapolri>
- DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (ke-13). Pearson.

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (ke-17). Remaja Rosdakarya.
- Gani, Moonti, Bunga, & Kasim. (2025). *Sumber mengenai karakteristik dan kewenangan Brimob (2025) sebagaimana dikutip dalam naskah.*
- Hadi, & Rahmawati. (2023). *Sumber Hadi dan Rahmawati (2023) sebagaimana dikutip dalam naskah.*
- Haryadi, A. T. (2024). Peran Media Sosial dalam Mendorong Transparansi dan Akuntabilitas Administrasi Publik. *Indonesian Research Journal on Education*, 4(4). <https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1613>
- Hawa. (2023). *Sumber Hawa (2023) sebagaimana dikutip dalam naskah.*
- Ibrahim, S. M., Golose, P. R., & Imran, M. F. (2025). Strategi Komunikasi Polri di Media Sosial: Studi Kasus Manajemen Reputasi oleh Divisi Hubungan Masyarakat. *Action Research Literate*, 9(1). <https://doi.org/10.46799/ar1.v9i1.2606>
- Indonesia, A. P. J. I. (2025). *Profil Internet Indonesia 2025*. APJII.
- Indonesia, O. R. (2023). *Pedoman/publikasi mengenai pemanfaatan media sosial pemerintah*. <https://ombudsman.go.id/>
- Junior, & Lucky. (2025). *Sumber mengenai tugas operasional Brimob (2025) sebagaimana dikutip dalam naskah.*
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*.
- Latifah, & Najicha. (2023). *Sumber Latifah dan Najicha (2023) sebagaimana dikutip dalam naskah.*
- Luttrell, R. (2015). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Rowman & Littlefield.
- Mergel, I. (2013). A Framework for Interpreting Social Media Interactions in the Public Sector. *Government Information Quarterly*, 30(4). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (ke-3). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cetakan ke). Remaja

Rosdakarya.

Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Revisi). Remaja

Rosdakarya.

Mustaan, Sulistiawati, A., & Rahayu P., S. N. (2021). Pemanfaatan Twitter sebagai Media Publikasi Humas Polresta Surakarta dalam Menciptakan Citra Positif. *Borobudur Communication Review*, 1(1).

<https://doi.org/10.31603/bcrev.4846>

Nasrullah, R. (2021). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (cetakan ke). Simbiosis Rekatama Media.

Pane, M., Ghanistyana, L. P., Affipah, I. L., Cahyani, R. N., & Kartika, S. W.

(2025). Implementasi The Circular Model of SoMe dalam Pengelolaan Cyber Public Relations Kepolisian di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(1). <https://doi.org/10.38043/jids.v9i1.6125>

Paskua, M. E., Mustafa, I., & Sedu, V. A. (2026). Aktivitas Humas Polres Sikka dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyebaran Informasi Publik. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(2).

<https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i2.10403>

Peraturan Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2018 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Kepolisian Daerah (2018).

<https://peraturan.bpk.go.id/>

Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Kepolisian Negara Republik Indonesia (2017).

<https://peraturan.bpk.go.id/>

Polri, K. B. (n.d.). *Akun Instagram resmi @humaskorpsbrimob*.

Polri, T. N. (2025). *Sejarah Korps Brimob dan peringatan HUT ke-80*.

<https://tribatanews.polri.go.id/>

Pradipta, V. A. (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram @ikn_id Berdasarkan The Circular Model of SoMe. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/article/view/270>

Prima, W. (2025). *Berita kegiatan ketahanan pangan Kompi 4 Batalyon A*.

Qorib. (2021). *Sumber mengenai keaslian suara dalam komunikasi digital (2021)*

sebagaimana dikutip dalam naskah.

Ruslan, R. (2022). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers.

Sholahuddin, M. I., & Damastuti, R. (2024). Management of Social Media by Public Relations of Kebumen Police Resort in Maintaining the Image of Kebumen Police Resort. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(1). <https://doi.org/10.53697/iso.v4i1.1744>

Social, W. A., & Meltwater. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. We Are Social; Meltwater. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (ke-3). Alfabeta.

Sulsel, S. B. P. (n.d.). *Akun Instagram resmi @satbrimobpoldasulsel*.

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia (2002). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/44417/uu-no-2-tahun-2002>

Wahyuni, & Anwar. (2022). *Sumber Wahyuni dan Anwar (2022) sebagaimana dikutip dalam naskah.*

Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1). <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>

L

A

M

P

I

R

A

N



TRANSKRIP WAWANCARA

Personel Admin atau Pengelola Akun Media Sosial Instagram

Nama : Bripda Muhammad Bagaskoro
Jabatan : Bamin Subsiyankom Si TIK

Peneliti : “Assalamualaikum Pak, ini saya Wimfi Arindana, dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Ingin sedikit menggali informasi pada Bapak khususnya di bidang Instagram kita, Pak. Sebelumnya, boleh berkenan untuk memperkenalkan diri Pak.”

Narasumber : “Oke baik perkenalkan diri nama saya Bripda Muhammad Bagaskoro yang bekerja di satuan Korps Brimob Polda Bengkulu. Kebetulan saya bekerja di seksi TIK yaitu, seksi yang menangani media sosial yang berkaitan dengan media sosial di lingkup Satbrimob Polda Bengkulu Pak.”

Peneliti : “Oh, jadi Bapak nih bisa disebut admin media sosial lah ya Pak?”

Narasumber : “Iya betul, benar sekali.”

Peneliti : “Boleh kita langsung mulai aja Pak untuk sesi tanya jawab ya Pak?”

Narasumber : “Oke boleh, boleh.”

Peneliti : “Sebelumnya, bagaimana Pak awal mulanya Bapak bisa dipilih untuk mengelola media sosial khususnya Instagram Pak?”

Narasumber : Ya begini, saya ditunjuk langsung oleh pimpinan untuk mengelola akun media sosial Instagram satuan Korps Brimob Polda Bengkulu itu, karena pertimbangannya saya dipercaya untuk menangani dokumentasi, publikasi dan penyebaran informasi segala kegiatan yang berkaitan dengan Satbrimob Polda Bengkulu Pak. Selain itu juga, saya juga memiliki kemampuan untuk menangani atau mengelola berbagai macam bentuk media sosial yang seperti contohnya Instagram, sekarang lagi trennya TikTok, Facebook dan lain-lainnya gitu Pak.”

Peneliti : “Baik baik Pak. Apakah sebelumnya Bapak pernah mendapatkan pelatihan Pak?”

Narasumber : “Oh, kalau sebelumnya saya pernah mendapatkan pembekalan mengenai pengelolaan akun-akun Instagram kedinasan mulai dari tata cara publikasi dan etika bermedia sosial Pak, sehingga penyampaian informasi kepada masyarakat nanti takutnya kalau kita salah penyampaian kepada masyarakat kan membuat ini apa hoax gitu Pak.”

Peneliti : “Oh baik baik. Terus, saat membuat konten Pak yang menjadi sasaran konten itu siapa saja Pak?”

Narasumber : “Kalau kita dari satuan mungkin sasaran utama kami adalah masyarakat umum Pak, karena Instagram kan I itu menjadi salah satu media yang paling banyak yang diminati kan

cepat itu Pak kalau kita di Instagram cepat naiknya viewers dari orang-orang misalnya dari masyarakat sekitar.”

Peneliti : “Oh, jadi Instagram itu yang paling banyak diminati ya, Pak.”

Narasumber : “Ya, yang paling banyak diminati Pak.”

Peneliti : “Terus, apakah sasarannya selalu berbeda di setiap konten, Pak?”

Narasumber : “Iya sasaran setiap konten di media sosial kami dapat berbeda tergantung pada tujuan publikasinya, Pak. Contohnya seperti bencana alam yang terjadi di sekitar lingkup Provinsi Bengkulu kan Pak bisa kita publikasikan ada bagian dari anggota kita yang menolong masyarakat sekitar.”

Peneliti : “Oke baik, Pak. Terus kalau ide-ide konten itu Pak berasal dari mana Pak? Apakah dari pimpinan? Apakah dari ide-ide anggota adminnya Pak ataukah tim-tim lapangannya ada yang ditunjuk?”

Narasumber : “Kalau mungkin tim-tim lapangan Pak ada juga yang ditunjuk. Kalau ide-ide itu sasarannya, mungkin di hari-hari besar kayak hari 17 Agustus gitu Pak, serta isu-isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat Pak. Selain itu, kami juga mengikuti perkembangan tren Instagram agar penyampaian informasi lebih menarik Pak dan mudah dicerna atau diterima di masyarakat luas Pak.”

Peneliti : “Oke baik. Terus, apakah pernah Pak rencana konten berubah karena ada isu yang sedang ramai? Dari mulanya ingin membuat konten sesuatu karena ada isu jadi berubah materi gitu Pak?”

Narasumber : “Oh, itu pernah terjadi Pak. Spabila terjadi bencana alam, kejadian menonjol atau ada informasi yang perlu segera diketahui masyarakat, maka jadwal publikasi konten di media sosial kami yang telah direncanakan akan kami sesuaikan Pak. Kami mungkin lebih memprioritaskan penyampaian informasi yang bersifat penting Pak dan mendesak yang dibutuhkan oleh masyarakat.”

Peneliti : “Oke oke Pak. Terus Pak, bagaimana menentukan bahasa yang digunakan di media sosial Instagram Pak?”

Narasumber : “Oh, kalau kami menggunakan bahasa yang sederhana, yang sopan, yang di mudah diterima oleh masyarakat Pak agar tetap sesuai dengan aturan kedinasan. Tujuannya agar seluruh masyarakat dapat mengerti dan memahami informasi yang disampaikan. Melalui seperti contoh Instagram, Facebook dan media sosial lainnya Pak.”

Peneliti : “Oke, oke baik Pak. Terus, kesulitan-kesulitan apa Pak yang menentukan gaya penyampaian?”

Narasumber : “Mungkin tantangannya adalah menyesuaikan bahasa agar tidak terlalu formal Pak, sehingga mudah dipahami dan dicerna masyarakat tetapi juga tidak terlalu santai sehingga tetap mencerminkan kewibawaan institusi Pak, oleh karena itu setiap caption atau narasi yang akan diunggah di media sosial seperti Instagram contohnya Facebook biasanya diperiksa kembali oleh

anggota kami dulu Pak sebelum dipublikasikan agar informasi yang disampaikan itu tetap jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat.”

Peneliti : “Oke baik, baik. Dari beberapa konten yang pernah dibuat, apakah pernah menerima komentar atau pesan yang sulit untuk Bapak jawab atau sulit untuk admin lain jawab?”

Narasumber : “Itu pernah Pak. Biasanya berupa pertanyaan melalui kolom komentar kan atau pesan langsung seperti contohnya kalau di Instagram itu ada DM Pak, di media sosialnya mengenai suatu kejadian laporan masyarakat maupun informasi yang terjadi kewenangan fungsi lain Pak. Dalam kondisi seperti itu kami tidak langsung memberikan jawaban Pak karena harus memastikan informasi yang disampaikan benar dan tidak menimbulkan kesalahpahaman Pak.”

Peneliti : “Oke Pak. Terus, apa yang dilakukan sebelum Bapak membalas komen-komentar tersebut?”

Narasumber : “Mungkin sebelum memberikan tanggapan melalui media sosial, kami terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan personel atau pejabat yang berwenang di sekitaran kami ya Pak, untuk memastikan kebenaran informasi tersebut Pak. Setelah memperoleh data yang lengkap dan akurat barulah kami memberikan jawaban kepada masyarakat. Jika membutuhkan waktu kami juga menyampaikan bahwa pertanyaan atau laporan yang sedang diproses agar masyarakat mengetahui bahwa pesannya tetap ditindaklanjuti.”

Peneliti : “Oke, oke baik Pak. Terus, dari untuk membuat konten apa yang dilakukan setelah kontennya diunggah Pak setelah kontennya diupload apa yang biasanya Bapak lakukan?”

Narasumber : “Biasanya setelah konten dipublikasikan di media sosial Instagram atau yang lainnya kami terus memantau perkembangan unggahan tersebut, seperti jumlah tayangan, jangkauan, komentar dan pesan yang masuk seperti yang misalnya masyarakat memberikan tanggapan gitu kan Pak. Serta merespon dan hasil tersebut kami dapat mengetahui bahwa apakah informasi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik atau menjadi bahan evaluasi untuk kami Pak.”

Peneliti : “Oke baik. Terus, kapan sih Pak untuk sebuah konten dianggap berhasil disampaikan Pak?”

Narasumber : “Sebuah konten di media sosial ya dianggap berhasil apabila informasi yang disampaikan itu Pak dapat dipahami oleh masyarakat dan memperoleh respon yang positif menjangkau banyak penggunanya pengguna media sosial tersebut serta mampu meningkatkan interaksi yang baik antara masyarakat dengan kami khususnya anggota Sat Brimob Polda Bengkulu. Selain itu, keberhasilan juga diukur dari tercapainya tujuan penyampaian informasi baik sebagai media edukasi, publikasi kegiatan maupun peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap kami terkhususnya Sat Brimob Polda Bengkulu.”

Peneliti : “Oke, oke baik Pak. Terus, dari berbagai konten-konten dan komentar-komentar adakah interaksi dengan masyarakat yang paling berkesan Pak?”

Narasumber : “Ada itu Pak. Salah satu pengalaman kami yang paling berkesan adalah ketika masyarakat memberikan apresiasi melalui media sosial kan terhadap kegiatan kemanusiaan, bakti

sosial maupun pelayanan yang dilakukan Sat Brimob kami Pak. Banyak masyarakat yang menyampaikan bahwa informasi yang kami bagikan sangat membantu Pak dan memberikan gambaran mengenai tugas-tugas kepolisian yang selama ini mungkin mereka masyarakat itu belum tahu Pak gitu.”

Peneliti : “Oke, oke Pak. Terus dari yang saya tanyakan tadi apakah interaksi dengan masyarakat yang paling berkesan Pak, apa sih yang membuat pengalaman itu berkesan bagi Bapak sebagai admin Pak?”

Narasumber : “Bagi saya ya terkhususnya admin di Seksi TIK pengalaman tersebut sangat berkesan karena kami dapat melihat bahwa media sosial kita tidak hanya menjadi sarana publikasi kegiatan, tetapi juga menjadi media komunikasi yang mampu mendekatkan Polri terkhususnya kita dari Sat Brimob ini dengan masyarakat melalui respon yang positif. Kami merasa bahwa informasi yang disampaikan benar-benar bermanfaat Pak dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi Polri Pak.”

Peneliti : “Oke baik, Pak. Jadi kesimpulannya, untuk Bapak sebagai admin tetap mengikuti alur dan proses seperti membuat ide terus melaporkan kepada pimpinan apakah ide tersebut bisa kita buat konten kalau pimpinannya sudah acc baru kita buat seperti itu ya Pak.”

Narasumber : “Iya, benar.”

Peneliti : “Oke, oke Pak. Terima kasih sebelumnya Pak. Apakah ada yang ingin disampaikan lagi Pak?”

Narasumber : “Baik, cukup.”

Peneliti : “Oh cukup. Baik kalau gitu kita tutup ya Pak. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.”

Narasumber : “Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.”

Pejabat Pengemban Fungsi Humas atau Informasi

Nama : Ipda Kiswanto
Jabatan : Kasubsiyankom Si TIK

Peneliti : “Assalamualaikum Komandan. Ijin Dan ini saya Wimfi Arindana dari Universitas Muhammadiyah Komandan, ingin menanyakan tentang media sosial Instagram kita Komandan. Ijin Komandan kalau boleh sebelumnya memperkenalkan diri Komandan.”

Narasumber : “Baiklah, izinkan saya memperkenalkan diri. Perkenalkan nama saya Ipda Kiswanto. Saya berdinan di Satbrimob Polda Bengkulu, tepatnya jabatan Kasi Tik atau lebih, lebih dikenal dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi.”

Peneliti : “Oke baik Komandan. Sebelumnya ini ada beberapa pertanyaan nih Komandan. Mungkin untuk menyingkat waktu kita mulai aja ya Komandan.”

Narasumber : “Boleh, boleh, boleh.”

Peneliti : “Ini menurut Komandan kenapa satuan perlu hadir di media sosial Instagram?”

Narasumber : “Kenapa satuan perlu hadir di media sosial Instagram. Menurut kami kehadiran satuan di media sosial Instagram sangat penting, karena saat ini banyak masyarakat memperoleh informasi melalui Instagram. Dengan memiliki akun Instagram resmi, kami dapat menyampaikan informasi yang benar, cepat dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, Instagram juga menjadi sarana memperkenalkan kegiatan program dan keberhasilan satuan sehingga masyarakat mengetahui apa yang telah dilakukan oleh kepolisian khususnya Satuan Brimob dalam memberikan pelayanan, perlindungan dan pengayoman. Mungkin segitu mungkin.”

Peneliti : “Oh baik-baik Komandan. Terus apakah ada pengalaman, sesuatu pengalaman yang membuat satuan yakin media sosial Instagram itu sangat penting?”

Narasumber : “Oh ada, ada. Beberapa kali muncul informasi yang belum tentu benar atau menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat. Melalui akun Instagram resmi, Instagram kita Satuan Brimob, kami dapat segera memberikan klarifikasi dan informasi yang sebenarnya. Sehingga masyarakat tidak mudah percaya pada informasi yang belum jelas sumbernya. Selain itu, saat kami mempublikasikan kegiatan sosial maupun pelayanan sosial Instagram, respon masyarakat cukup baik sehingga kami semakin yakin kalau media sosial Instagram merupakan sarana komunikasi yang efektif.”

Peneliti : “Oke baik Komandan. Terus kan ada kegiatan yang namanya proses mengunggah akun, mengunggah informasi Komandan seperti konten-konten yang ada dalam Instagram. Terus bagaimana proses informasi sampai bisa diunggah ke media sosial Instagram Komandan?”

Narasumber : “Oh, proses informasi yang diunggah ke media sosial Instagram itu setiap ada kegiatan pasti ada personel yang bertugas akan mengumpulkan dokumentasi berupa foto, video dan informasi dari pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, materi tersebut diperiksa dulu agar sesuai dengan fakta atau tidak, agar tidak mengandung informasi yang bersifat rahasia. Setelah itu dibuat narasi

atau caption yang mudah dipahami masyarakat, sebelum dipublikasikan seluruh materi terlebih dahulu diajukan kepada pimpinan atau pejabat yang berwenang untuk mendapatkan persetujuan. Setelah, disetujui beliau barulah kita unggah informasi tersebut ke akun Instagram resmi Satuan Brimob Polda Bengkulu begitu.”

Peneliti : “Baik Komandan. Sejauh ini apakah admin bisa mengunggah informasi tanpa persetujuan Komandan?”

Narasumber : “Pada dasarnya admin tidak dapat mengunggah informasi secara bebas ke media sosial Instagram khususnya. Setiap informasi yang berkaitan dengan kegiatan pimpinan, operasi ataupun kebijakan yang harus mendapat persetujuan terlebih dahulu sesuai prosedur yang berlaku. Kenapa? Karena admin hanya bertugas mengelola konten dan mengunggah materi yang telah disetujui. Hal itu dilakukan agar informasi yang dipublikasikan akurat, dapat dipertanggungjawabkan serta tidak menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.”

Peneliti : “Terus baik Komandan. Apakah pengelolaan media sosial Instagram kita sudah berjalan dengan baik dan bagaimana satuan menilainya Komandan?”

Narasumber : “Menurut kami para tim TIK, kami menilai pengelolaan media sosial Instagram dari beberapa aspek seperti konsistensi dalam mengunggah konten, kualitas foto, video dan caption dan jumlah masyarakat yang melihat dan berinteraksi melalui like komentar ataupun share melalui pembagian unggahan serta tanggapan masyarakat terhadap informasi yang kami sampaikan, itu mendapatkan respon yang positif maka pengelolaan akun Instagram dapat dikatakan berjalan dengan baik. Tapi menurut kami itu ya.”

Peneliti : “Terus, apakah ada evaluasi rutin atau dalam bulanan, triwulan atau tahunan ya Komandan? Terus, apa aja sih kendala yang sering dihadapi oleh TIK tadi ya dan Tik brimob katanya?”

Narasumber : “Ya, kalau evaluasi kami lakukan secara berkala pasti itu, terhadap pengelolaan penggunaan media sosial Instagram. Evaluasi dilakukan untuk melihat perkembangan akun, kualitas konten, jangkauan unggahan serta interaksi masyarakat, itu kami selalu kelola. Tapi kendala yang paling sering dihadapi dalam keterbatasan personel kami yang menangani Instagram, padatnya kegiatan satuan, serta terkadang dokumentasi ataupun informasi dari pelaksanaan kegiatan terlambat diterima. Itu karena keterbatasan personel. Selain itu juga, setiap materi juga harus melalui proses persetujuan pimpinan sebelum dipublikasikan, sehingga butuh waktu untuk proses pengunggahan di akun-akun media sosial satuan Brimob khususnya di Instagram.”

Peneliti : “Ya baik, Komandan. Dari berbagai konten-konten di Instagram, Komandan, apakah pernah Komandan atau tim mengundang pihak luar yang dilibatkan dalam kegiatan yang dipublikasikan di media sosial kita, Komandan?”

Narasumber : “Kalau dibilang pernah, pernah. Tapi kalau sering itu tidak juga ya, tapi di dalam berbagai kegiatan yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram, kami sering melibatkan media massa, pemerintah daerah, TNI, nah TNI itu pernah juga itu, instansi terkait, tokoh masyarakat, tokoh agama, komunitas, organisasi kemasyarakatan hingga influencer lokal pernah kami undang. Contohnya, influencer lokal kita yang ada di Sat Brimob ini seperti Briptu Hendra ya.”

Peneliti : “Oh, itu Bang Hendra”

Narasumber : “Keterlibatan berbagai pihak tersebut bertujuan agar informasi yang disampaikan menjangkau masyarakat yang lebih luas, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan kepolisian khususnya di satuan Brimob.”

Peneliti : “Oh, jadi itu termasuk seperti bintang tamu ya Komandan?”

Narasumber : “Iya, benar sekali”

Peneliti : “Terus, bagaimana caranya untuk menjalin kerjasama dengan bintang tamu tadi Komandan? Apakah melalui surat atau koordinasi melalui WA Komandan ataukah memang ada suatu tim yang bisa mengajak rekan-rekan dari pihak-pihak bintang tamu tadi Komandan?”

Narasumber : “Oh oke, kami menjalin kerjasama dengan mereka tentunya ya sama seperti yang Wimfi sampaikan dari WA, dari surat, tapi kebanyakan kami melalui komunikasi dan koordinasi yang baik sebelum dilaksanakannya kegiatan. Biasanya, kami mengirimkan undangan itu surat melalui koordinasi secara langsung maupun melalui media komunikasi serta membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak setelah kegiatan selesai komunikasi itu tetap terjaga. Apabila kita pengen lagi komunikasikan biar dapat kerjasama itu dapat terus berlanjut. Dengan adanya kerjasama tersebut penyebaran informasi melalui media sosial menjadi lebih luas sehingga masyarakat lebih mudah memperoleh informasi dari satuan kita.”

Peneliti : “Berarti kesimpulannya media sosial Instagram ini sangat penting bagi kesatuan gitu ya Komandan?”

Narasumber : “Sangat penting sekali media sosial ya.”

Peneliti : “Itu saja mungkin Komandan terima kasih atas informasinya Komandan. Ini mungkin karena wawancara ini kami ambil karena untuk menyelesaikan skripsi kami Komandan.”

Narasumber : “Oh oke, oke ya udah Briptu ya sekarang Wimfi ya?”

Peneliti : “Iya, alhamdulillah.”

Narasumber : “Oh iya ya pas sekali ya Briptu, langsung nanti jadi apa Wimfi ini ya?”

Peneliti : “Insyaallah S.Ikom Komandan, Sarjana Ilmu Komunikasi.”

Narasumber : “MasyaAllah, Oke oke. Semangat ya.”

Peneliti : “Ya Komandan, ini mau terima kasih dulu ya Dan.”

Narasumber : “Sama-sama”

Peneliti : “Kita tutup aja ya Dan, wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Warganet Pengikut Akun Resmi Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu (1)

Nama : Siti Eraz Ratu Saddina
Status : Pengikut Akun Instagram Satbrimob Polda Bengkulu

Peneliti : “Assalamualaikum Mba. Ini saya Wimfi Arindana dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah. Ini ingin sedikit bertanya dan wawancara Mba, Mba kan mengikuti Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu. Jadi, saya ingin melaksanakan penelitian bagaimana pendapat tentang warganet internet atau warganet yang sering disebut masyarakat umum tentang apa pendapat Mba tentang satuan tersebut.”

Narasumber : “Oke, boleh.”

Peneliti : “Kita langsung mulai aja ya Mba.”

Narasumber : “Iya.”

Peneliti : “Untuk awal mula mengikuti akun Instagram, bagaimana dulu Mba pertama kali tahu dan akhirnya mengikuti akun Instagram satuan tersebut?”

Narasumber : “Saya pertama kali tahu akun Instagram Sat Brimob Polda Bengkulu itu, dari unggahan yang direkomendasikan di Explore sekitar beberapa bulan yang lalu. Waktu itu saya melihat ada beberapa konten kegiatan donor darah dalam rangka HUT Brimob ke-80 ya. Saya pikir itu menarik karena jarang lihat institusi kepolisian khususnya Brimob itu mengunggah kegiatan sosial seperti itu. Akhirnya saya memutuskan untuk follow akun Instagram tersebut.”

Peneliti : “Oke baik. Terus, apa sih yang Mba harapkan yang muncul di feed atau story ketika Mba telah mengikuti akun tersebut?”

Narasumber : “Harapan saya saat mengikuti akun tersebut, itu saya ingin lihat lebih banyak konten keseharian mereka. Bukan hanya kegiatan formal atau ceremony, saya juga penasaran bagaimana personel Brimob itu berinteraksi dengan masyarakat Bengkulu, selain dari tugas-tugas pengamanan yang sering diberitakan.”

Peneliti : “Oh baik. Terus konten-konten seperti apa sih Mba dari postingan reels atau story yang biasanya bikin Mba berhenti scrolling atau sebaliknya lah konten apa yang cenderung Mba lewati begitu saja?”

Narasumber : “Baik, konten yang biasanya membuat saya berhenti scroll itu konten yang memperlihatkan sisi kemanusiaan atau kedekatan dengan warga. Itu misalnya waktu itu ada unggahan tentang personel yang menanam bibit cabe dan terong di lahan kompi. Itu sebagai dukungan ketahanan pangan. Saya suka dan tertarik karena terlihat sederhana dan bumi. Mereka itu tidak cuma jaga keamanan, tetapi juga ikut kegiatan produktif. Selain itu, saya juga tertarik dengan konten latihan teknik seperti latihan menembak jarak tiga ratus meter atau siaga kendaraan lapis baja barracuda. Itu menurut saya memberikan gambaran tentang kesiapsiagaan mereka. Selanjutnya, itu tadi konten yang cenderung saya lewati itu biasanya yang terlalu formal atau kaku. Misalnya unggahan yang isinya hanya foto pejabat dan sambutan panjang tanpa visual yang menarik. Kalau bahasanya terlalu birokratis itu biasanya saya langsung skip.”

Peneliti : “Oh, berarti dari gaya penyampaianya, bagian mana yang paling menarik perhatian atau justru kurang cocok menurut Mbanya?”

Narasumber : “Dari gaya penyampaian yang paling membuat saya tertarik itu penggunaan bahasa sehari-hari dan visual yang jelas. Kalau terlalu kaku dengan istilah-istilah resmi saya kurang dekat. Konten reels dengan suasana di balik layar atau momen kebersamaan personil itu lebih menarik daripada, daripada foto formal berjajar begitu saja.”

Peneliti : “Oke oke Mba. Terus dari berbagai konten-konten di Instagram, apakah Mba pernah berkomentar di kolom komentar, mengirim pesan langsung atau DM, terus apakah Mba juga pernah merespon story akunnya?”

Narasumber : “Saya pernah sekali berkomentar di salah satu unggahan tentang pengamanan di Polda Bengkulu ya. Saya tanya di kolom komentar, apakah masyarakat biasanya bisa melihat langsung kendaraan barracuda itu atau hanya untuk kegiatan tertentu. Tanggapannya cukup cepat dijawab dalam hitungan jam ya. Adminnya menjelaskan secara singkat dan ramah bahwa kendaraan taktis tersebut memang lebih banyak digunakan untuk operasi tertentu, tapi masyarakat bisa melihatnya saat ada kegiatan terbuka. Itu saya cukup puas dengan jawabannya karena tidak terkesan menggurui.”

Peneliti : “Terus, bagaimana sih tanggapan, setelah Mba berinteraksi dengan adminnya atau miminnya Mba?”

Narasumber : “Oke, perasaan saya setelah itu jadi lebih positif ya. Saya jadi merasa akun ini dikelola oleh orang yang serius dan tidak cuek sama warganet. ini membuat saya makin percaya bahwa mereka terbuka dengan publik.”

Peneliti : “Hmm terus setelah beberapa waktu yang beberapa bulan ini ya Mba, Mba mengikuti akun Instagram kan?”

Narasumber : “Iya.”

Peneliti : “Apakah ada perubahan dalam cara Mba memandang satuan Brimob tersebut?”

Narasumber : “Sebelum mengikuti, pandangan saya terhadap Brimob mungkin lebih ke sosok yang tegas, berwibawa, dan sedikit seram karena sering terlihat dengan perlengkapan lengkapnya. Tapi setelah beberapa waktu mengikuti akun Instagram Brimob, pandangan saya lebih jadi seimbang. Jadi, saya tahu bahwa di balik seragam dan perlengkapan taktis Brimob itu ada personel yang juga terlibat dalam donor darah, bercocok tanaman, dan berinteraksi dengan masyarakat. Ada sisi humanis yang jarang terlihat di pemberitaan arus utama media sosial.”

Peneliti : “Hmm oke baik, Mba. Terus apa sih Mba yang paling mempengaruhi perubahan pandangan dari Mba itu tersebut atau dari kontennya, interaksinya, atau dari respon miminnya Mba?”

Narasumber : “Baik, yang paling mempengaruhi perubahan itu menurut saya adalah konsistensi konten yang menunjukkan kepedulian sosial dan keterbukaan informasi. Jadi, bukan

hanya satu dua kali, tapi beberapa unggahan dengan tema serupa itu membuat saya yakin bahwa eh Brimob ini memang ingin membangun kepercayaan publik, bukan sekedar pencitraan sesaat itu saja.”

Peneliti : “Oh, jadi kesimpulannya Mbak menyukai konten-konten yang termasuk humor-humor dari Brimob lah ya Mba, dari terkesannya kaku ternyata Brimob itu banyak yang humanis juga.”

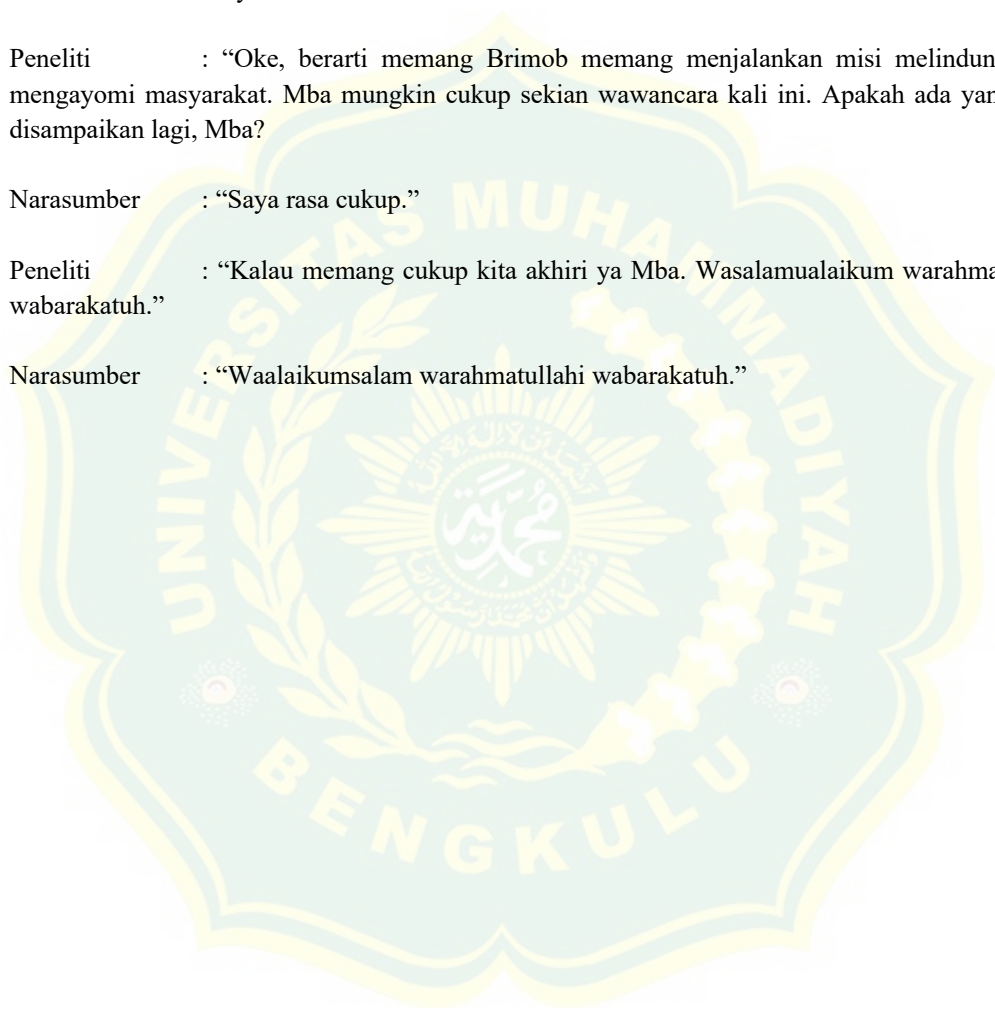
Narasumber : “Iya.”

Peneliti : “Oke, berarti memang Brimob memang menjalankan misi melindungi dan mengayomi masyarakat. Mba mungkin cukup sekian wawancara kali ini. Apakah ada yang mau disampaikan lagi, Mba?”

Narasumber : “Saya rasa cukup.”

Peneliti : “Kalau memang cukup kita akhiri ya Mba. Wasalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.”

Narasumber : “Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.”



Warganet Pengikut Akun Resmi Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu (2)

Nama : Siti Alseza
Status : Pengikut Akun Instagram Satbrimob Polda Bengkulu

Peneliti : “Assalamualaikum, Kak. Perkenalkan, saya Wimfi Arindana, mahasiswa Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah. Saat ini saya sedang menjalankan penelitian dan mohon izin untuk mewawancarai Kakak sebentar. Karena Kakak termasuk pengikut akun Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu, saya ingin menggali pandangan Kakak secara lebih mendalam terkait citra satuan tersebut di mata warganet.”

Narasumber : “Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh, baik”

Peneliti : “Bagaimana awalnya Kakak mengetahui akun Instagram resmi satuan tersebut sampai akhirnya memutuskan untuk mengikutinya?”

Narasumber : “Saya awalnya melihat akun tersebut dari postingan yang lewat di Instagram. Karena terlihat sering membagikan kegiatan satuan dan informasi untuk masyarakat, saya jadi penasaran dan akhirnya mengikuti supaya bisa mendapatkan informasi terbaru.”

Peneliti : “Apa yang ingin Kakak lihat atau ketahui setelah mengikuti akun Instagram tersebut Kak?”

Narasumber : “Saya ingin mengetahui kegiatan anggota di lapangan dan informasi yang berkaitan dengan masyarakat. Selain itu, saya juga ingin tahu kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan satuan yang mungkin tidak saya lihat secara langsung.”

Peneliti : “Lalu, jenis postingan apa yang Kakak biasanya paling menarik perhatian Kakak ketika melihat akun tersebut?”

Narasumber : “Yang paling menarik bagi saya biasanya video kegiatan atau foto yang menunjukkan anggota sedang berinteraksi dengan masyarakat. Konten seperti itu menurut saya lebih nyata dan tidak terasa hanya seperti memberikan informasi saja.”

Peneliti : “Apa yang membuat Kakak tertarik untuk membaca atau menonton sebuah postingan dari akun tersebut Kak?”

Narasumber : “Biasanya kalau judulnya jelas, fotonya bagus, dan informasinya tidak terlalu panjang. Saya lebih suka kalau dari awal sudah kelihatan apa inti informasinya. Kalau tulisannya terlalu banyak, biasanya saya hanya melihat sekilas.”

Peneliti : “Selama mengikuti akun tersebut, apakah Kakak pernah menyampaikan komentar, pertanyaan, atau pesan secara langsung melalui Instagram?”

Narasumber : “Belum pernah. Selama ini saya hanya mengikuti dan melihat postingan yang dibagikan. Kalau ada informasi yang menurut saya menarik, biasanya saya cukup membaca atau menonton saja tanpa ikut berkomentar.”

Peneliti : “Bagaimana penilaian Kakak terhadap cara akun tersebut berkomunikasi dengan masyarakat melalui postingannya?”

Narasumber : “Menurut saya sudah cukup baik karena informasi yang disampaikan bisa diketahui masyarakat dengan mudah. Saya juga merasa terbantu karena tidak perlu mencari informasi dari sumber lain untuk mengetahui kegiatan atau informasi dari satuan tersebut.”

Peneliti : “Apakah ada perubahan pandangan Kakak terhadap satuan setelah cukup lama mengikuti akun Instagramnya Kak?”

Narasumber : “Ada. Saya sekarang jadi lebih mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh satuan. Dulu saya hanya melihat tugas polisi dari sisi keamanan, tetapi setelah mengikuti Instagramnya ternyata banyak juga kegiatan lain yang dilakukan untuk masyarakat.”

Peneliti : “Apa yang paling membuat Kakak memiliki pandangan yang berbeda setelah mengikuti akun tersebut?”

Narasumber : “Menurut saya, postingan tentang kegiatan sosial dan pelayanan kepada masyarakat cukup berpengaruh. Dari situ saya bisa melihat sisi lain dari anggota yang mungkin sebelumnya tidak saya ketahui. Jadi saya menilai keberadaan satuan di Instagram cukup membantu masyarakat untuk lebih mengenal kegiatan mereka”

Peneliti : “Baik, Kak. Terima kasih banyak atas waktu dan kesediaan Kakak untuk mengikuti wawancara ini. Jawaban yang Kakak berikan sangat membantu dalam penelitian saya. Mohon maaf apabila selama wawancara terdapat pertanyaan atau perkataan saya yang kurang berkenan. Semoga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat. Sekali lagi, terima kasih banyak, Kak.”

Narasumber : “Iya, sama-sama. Semoga penelitiannya lancar.”

Peneliti : “Aamiin, terima kasih banyak, Kak. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.”

Narasumber : “Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.”

Warganet Pengikut Akun Resmi Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu (3)

Nama : Youmico
Status : Pengikut Akun Instagram Satbrimob Polda Bengkulu

Peneliti : “Assalamualaikum, Abang. Perkenalkan, saya Wimfi Arindana dari Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah. Abang, saya mohon izin waktunya sebentar untuk wawancara terkait penelitian saya. Karena Abang termasuk pengikut akun Instagram Brimob Polda Bengkulu, saya ingin mendengar pandangan Abang secara langsung tentang citra satuan tersebut di mata masyarakat.”

Narasumber : “Waalaikumsalam, Oh iya Wimfi. Boleh”

Peneliti : “Bagaimana ceritanya Abang bisa mengetahui dan akhirnya mengikuti Instagram resmi satuan tersebut Bang?”

Narasumber : “Awalnya saya mengetahui akun Instagram satuan dari teman dan juga pernah melihat postingannya muncul di Instagram. Karena menurut saya informasinya cukup menarik dan berhubungan dengan kegiatan kepolisian, akhirnya saya tertarik untuk mengikuti akunnya.”

Peneliti : “Lalu Bang, saat mulai mengikuti akun tersebut, informasi apa yang sebenarnya ingin Abang dapatkan?”

Narasumber : “Saya lebih ingin mendapatkan informasi tentang kegiatan satuan, pelayanan kepada masyarakat, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota di lapangan. Jadi saya bisa tahu apa saja yang sedang dilakukan oleh satuan tanpa harus mencari informasi dari tempat lain”

Peneliti : “Ketika melihat postingan akun tersebut, konten seperti apa yang biasanya membuat Abang tertarik untuk melihatnya?”

Narasumber : “Saya biasanya lebih tertarik dengan postingan yang memperlihatkan kegiatan secara langsung, apalagi kalau ada video. Misalnya kegiatan membantu masyarakat, pengamanan, atau kegiatan sosial. Kalau postingannya hanya tulisan panjang dan tidak ada foto atau video yang menarik, biasanya saya lanjut scroll.”

Peneliti : “Menurut Abang, apa yang membuat sebuah postingan dari akun tersebut terasa menarik atau kurang menarik Bang?”

Narasumber : “Kalau menurut saya, cara penyampaiannya harus sederhana dan tidak terlalu kaku. Foto atau videonya juga harus jelas. Kalau informasinya langsung ke inti dan mudah dipahami, saya lebih tertarik membacanya. Kalau terlalu banyak tulisan dan bahasanya terlalu formal, biasanya kurang menarik.”

Peneliti : “Selama mengikuti akun Instagram tersebut, apakah Abang pernah memberikan komentar, mengirim pesan, atau menyampaikan pertanyaan melalui akun tersebut Bang?”

Narasumber : “Sejauh ini saya belum pernah memberikan komentar atau mengirim pesan secara langsung. Biasanya saya hanya melihat dan membaca informasi yang diposting di akun tersebut.”

Peneliti : “Kalau Abang belum pernah berinteraksi langsung, bagaimana pendapat Abang mengenai cara akun tersebut menyampaikan informasi kepada masyarakat Bang?”

Narasumber : “Menurut saya penyampaian informasinya sudah cukup baik. Informasi yang diberikan biasanya jelas dan mudah dipahami. Saya sendiri lebih sering melihat postingannya saja, jadi kalau ada informasi yang menarik atau penting, saya cukup membaca atau menonton tanpa memberikan komentar.”

Peneliti : “Apakah setelah sering melihat Instagram satuan tersebut, pandangan Abang terhadap satuan mengalami perubahan Bang?”

Narasumber : “Iya, ada perubahan. Sebelumnya saya kurang mengetahui kegiatan satuan sehari-hari. Setelah sering melihat Instagramnya, saya jadi lebih tahu bahwa anggota tidak hanya bertugas dalam hal keamanan, tetapi juga banyak melakukan kegiatan sosial dan membantu masyarakat.”

Peneliti : “Menurut Abang, apa yang paling membuat pandangan tersebut berubah?”

Narasumber : “Yang paling membuat saya berubah adalah ketika melihat kegiatan anggota secara langsung melalui foto dan video yang diunggah. Dari situ saya bisa melihat bahwa mereka cukup aktif di tengah masyarakat. Jadi saya merasa lebih dekat dan lebih mengetahui apa yang sebenarnya dilakukan oleh satuan.”

Peneliti : “Baik, Bang. Terima kasih banyak atas waktu dan kesediaan Abang untuk mengikuti wawancara ini. Jawaban dan pengalaman yang Abang sampaikan sangat membantu penelitian saya. Mohon maaf apabila selama wawancara ada pertanyaan atau penyampaian saya yang kurang berkenan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat. Sekali lagi, terima kasih banyak, Bang.”

Narasumber : “Iya, sama-sama. Semoga penelitiannya lancar dan sukses.”

Peneliti : “Aamiin, terima kasih banyak, Bang. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.”

Narasumber : “Waalaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.”

DOKUMENTASI



Gambar 1. Lokasi Penelitian (Mako Satbrimob Polda Bengkulu)



Gambar 2. Wawancara Pejabat Pengemban Fungsi Humas atau Informasi



Gambar 3. Wawancara Personel Admin atau Pengelola Akun Media Sosial Instagram



Gambar 4. Wawancara Warganet Pengikut Akun Resmi Instagram Satuan Brimob Polda Bengkulu