

**PEMANFAATAN INSTAGRAM PADA HUMAS KEPOLISIAN DALAM
PENCEGAHAN BERITA HOAX DI KABUPATEN BANGGAI
MELALUI AKUN INSTAGRAM @polresbanggai**

Zuliyanti Hunawa¹ Ismawati Doembana² Adrian Kede³

¹²³ Universitas Muhammadiyah Luwuk

ismadoembana84@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan *Instagram* Pada Humas Kepolisian Dalam Mencegah Berita Hoax Di Kabupaten Banggai. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi serta kuesioner. Kemudian yang menjadi populasinya adalah Humas Polres Banggai dan *followers* akun ig @polresbanggai dengan total populasi 5.611 orang. Adapun penarikan sampel menggunakan rumus slovin sehingga sampel sejumlah 98 oang. Berdasarkan hasil penelitian telah menunjukkan hasil dengan sangat baik berupa jawaban responden rata-rata sebesar 82%.

Kata Kunci : Humas, Instagram, Berita Hoax

PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi, Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) berupa institusi pengayom, mengarahkan. Sebab itu, penggunaan platform IG untuk social media dijadikan sebagai instrument wajib dilakukan terhadap aktifitas tanggung jawan Bagian Humas Polri guna menciptakan sarana berita informasi melayani warga masyarakat.

Dalam situasi, sebagian besar organisasi, dari yang bersipat minimum ataupun maksimum, melihat sosial media semacam instrumen yang begitu penting guna menaikkan keinginan pengguna pada komoditas layanan yang disediakan. Disamping itu sosial media pun menjadi platform untuk Lembaga/organisasi dalam mempromosikan profil kepada publik.

Bagi Humas Kepolisaan tentu ada beberapa faktor yang mendasari kecenderungan menggunakan instagram sebagai media komunikasi yakni diantaranya Aksesibilitas yang Luas. *Instagram* memiliki jutaan pengguna aktif di Indonesia, dengan beragam demografi usia, dari generasi muda hingga dewasa. Platform ini memberikan akses langsung kepada berbagai kalangan, termasuk masyarakat yang lebih muda yang mungkin lebih aktif di sosial media daripada melalui media tradisional seperti televisi atau radio. *Fitur Multiplatform: Instagram* dapat diakses melalui

aplikasi mobile dan juga di desktop, memungkinkan Humas Polri untuk menjangkau audiens di berbagai perangkat. Ini memudahkan akses baik untuk masyarakat urban maupun mereka yang berada di daerah lebih terpencil. Tentu hal ini selaras juga dengan kerja-kerja bidang

Humas dengan melakukan pendekatan teori manajemen humas oleh Cutlip-Center-Broom dimana kerja manajemen humas terdiri dari mendefenisikan masalah, merencanakan dan membuat program, mengambil tindakan serta berkomunikasi, dan juga menilai program.

Instagram memungkinkan Humas Polri untuk memberikan informasi terkini mengenai berbagai kejadian atau operasi secara langsung kepada masyarakat. Hal ini membantu menjaga transparansi dan memberikan kepercayaan kepada publik bahwa Polri siap memberikan informasi yang jelas dan akurat. Dengan memiliki akun resmi di Instagram, Humas Polri dapat berperan aktif dalam mengklarifikasi informasi yang salah atau hoaks yang beredar di masyarakat. Penggunaan akun Instagram yang terverifikasi membantu menjamin informasi yang diberikan bersumber dari referensi yang kredibel.

Denis McQuail dalam Astrid Teori Komunikasi Massa, mengidentifikasi lima kategori utama media baru guna mendukung penggunaan aplikasi sosial media yakni sebagai berikut: *pertama* Media komunikasi antar pribadi; *Kedua*, media permainan interaktif, *Ketiga*, media pencairan informasi, *keempat*, media partisipasi kolektif, *kelima* Substitusi media penyiaran. Setiap negara atau wilayah memiliki preferensi yang berbeda terhadap platform sosial media, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, bahasa, ketersediaan layanan internet, dan kebijakan pemerintah.

Polres Banggai melalui akun instagram @polresbanggai dengan jumlah *follower* 5.607 terlihat intens dalam memposting kegiatan yang dilakukan oleh jajaran kepolisian di wilayah kerja Kabupaten Banggai. informasi yang diposting berupa kegiatan terkait edukasi, pencegahan dan penanganan hukum dengan kasus yang begitu beragam.

Amatan peneliti bahwa masyarakat Luwuk Banggai, termasuk daerah yang cenderung menggunakan *instagram* sebagai sarana untuk promosi dan interaksi sosial. Namun, berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dimana Humas Kepolisian Kabupaten Banggai belum maksimal menggunakan media Instagram dalam mencegah berita hoax, olehnya melalui uraian diatas Peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan studi empiris dengan judul Pemanfaatan Pemanfaatan Instagram Pada Humas Kepolisian Dalam Pencegahan Berita Hoax Di Kabupaten Banggai Melalui Akun Instagram @Polresbanggai.

Mengenai pemanfaatan media sosial facebook untuk meningkatkan penjualan sepatu memanfaatkan fitur dengan mempromosikan sepatu pada produksi terbaru melalui siaran langsung kemudian pelanggan (pembeli) sebagai pengguna akan merespon melalui chatngan mengenai harga, merek dan bahan pada produk sepatu tersebut, hal ini akan memberikan pengaruh yang sangat positif pada toko irma mode dengan memudahkan pelanggan (pembeli) ataupun pengguna media sosial *facebook* pada akun Irma Mode untuk mengetahui produk sepatu yang mereka inginkan tanpa harus datang ke toko.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian ini, dengan judul “pemanfaatan media sosial facebook untuk meningkatkan penjualan sepatu di Toko Irma Mode di kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai”.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Humas

Istilah public relations dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi hubungan masyarakat. Perkembangan hubungan masyarakat di Indonesia mulai terlihat pada tahun 1950. Di sisi lain, hubungan masyarakat pertama kali muncul di AS pada tahun 1897. Meskipun demikian, istilah hubungan masyarakat mulai populer pada periode 1921 saat Ivy Ledbetter Lee dengan tertib mempublikasikan sebuah majalah bertajuk “public relations” di New York. Selanjutnya, EdwarL Bernays (1891-1995) mulai mengajarkan mata kuliah khusus dengan nama public relations di keahlian media di New York University Shool of Commerce, Accounting and Finance di Amerika Serikat periode 1923.

Sebenarnya, Public Relations dan Humas adalah hal yang sama, tetapi sekarang paradigma Humas lebih sering dimanfalkan oleh instansi atau lembaga pemerintah, sementara Public Relations biasanya dipakai oleh perusahaan asing atau swasta..

Humas awal kalinya diperkenalkan dengan istilah untuk sebuah unit sektor di Kementerian Penerangan Republik Indonesia pada tahun 1950. Selanjutnya, istilah humas juga diterapkan oleh berbagai organisasi semacam Radio Republik Indonesia (RRI), pada unit, divisi yang berperan dalam "jembatan" antara institusi serta publik yang orientasinya menciptakan popularistas serta opini publik baik. Hingga kini, humas telah berkembang pesat baik sebagai sebuah profesi maupun bidang studi ilmiah. Berdasarkan perkembangan ini, banyak ilmuwan yang mengkaji dan menganalisis humas, sehingga muncul berbagai paradigma baru yang tetap berpegang pada konsep awal humas sebagai lembaga penghubung dan alat untuk mempengaruhi publik.

Terdapat beragam definisi yang menjelaskan tentang humas. Frank Jefkins menyatakan bahwa humas secara mendasar berkaitan dengan aktivitas menciptakan pemahaman melalui informasi, dan dari aktivitas tersebut diharapkan dapat muncul dampak berupa perubahan yang baik.

James E. Grunig menjelaskan bahwa humas merupakan elemen dari pengelolaan komunikasi antara suatu organisasi dan komunitasnya. Hubungan masyarakat adalah suatu entitas yang berusaha mengembangkan hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik, serta berupaya mengubah pandangan negatif masyarakat menjadi pandangan yang lebih positif..

Humas juga adalah badan yang menyusun strategi dan memelihara citra suatu organisasi agar dapat terjalin pengertian dan kolaborasi antara organisasi dan Masyarakat.

Edward L. Berney mempromosikan komunikasi yang bertujuan untuk mendorong masyarakat agar memahami dan memiliki sikap positif.. Rex Harlow akademisi Amerika Serikat, juga Kemudian menyatakan bahwa ini adalah kali pertama ia berhasil menghasilkan definisi dari

semua ringkasan humas. Penelitiannya menemukan sebanyak 472 definisi yang telah ada dan dirangkum, yang menghasilkan sebuah definisi global yaitu :

- a) Manfaat manajemen yang khusus guna mendukung penciptaan serta pemeliharaan saluran komunikasi.
- b) Menggugah pengertian dan kolaborasi terhadap instansi serta khalayak.
- c) Mengaitkan pengelolaan problem serta desas desus.
- d) Mendukung proses guna berkelanjutan dalam memberikan informasi dan merespons tanggapan publik
- e) Menetapkan serta memfokuskan tanggung jawab redaksi dalam memenuhi keperluan masyarakat.
- f) Menyokong manajemen agar tetap terinformasi perubahan dengan baik dan efisien, berfungsi seperti sistem pemberi tanda awal untuk menghindari tren negatif.
- g) Memanfaatkan penelitian yang solid dan komunikasi yang etis sebagai alat utama.

Institut Humas di Inggris adalah upaya yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan, dan berkelanjutan untuk menciptakan serta mempertahankan saling pemahaman antara lembaga dan masyarakatnya.

Selanjutnya, hubungan masyarakat adalah bagian dari manajemen yang menilai pandangan publik mengenai kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh individu atau organisasi demi kepentingan masyarakat. Selain itu, mereka juga merancang dan melaksanakan program-program guna mencapai pemahaman dan penerimaan dari masyarakat.

Humas berfungsi sebagai "wadah komunikasi" yang memiliki karakter, visi, misi, tujuan, target, serta siasat yang sepakati oleh pemimpin atau pengelola institusi dalam rangka menjaga serta meningkatkan organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, humas adalah "peran manajemen" yang mendukung organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya dan membantu organisasi mendapatkan dukungan dari masyarakat.

- a) Melihat berbagai definisi humas yang ada, Onong Uchjana berpendapat bahwa humas terdiri dari komponen-komponen berikut ini:
- b) Sebuah fungsi dalam manajemen yang memanfaatkan *riset* serta usaha yang terencana dengan mematuhi norma-norma etis.
- c) Suatu proses yang melibatkan interaksi antara instansi dan masyarakatnya.
- d) Penelitian dan evaluasi terkait sikap dan pandangan serta kecenderungan sosial, yang kemudian disampaikan kepada manajemen.
- e) Nasihat kepada manajemen untuk memastikan bahwa kebijakan, prosedur, dan aktivitas bisa dipertanggungjawabkan kepada masyarakat demi kemashalatan bersama antara institusi dan masyarakat.
- f) Implementasi serta pengembangan kegiatan yang terencana, komunikasi, serta perbaikan melalui riset.
- g) Mencapai niat perbaikan, pemahaman, serta penerimaan sebagai hasil akhir.

Fungsi hubungan Masyarakat menurut refulasi PANRB Peraturan Pemerintah nomor 30 tahun 2011 mengenai Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan sebagai berikut:

- a) Komunikator
Humas berfungsi untuk menyediakan sarana dan saluran komunikasi secara timbal balik antara penguasa bersama masyarakat.
- b) Fasilitator
Hubungan Masyarakat pemerintah bertugas untuk memahami peningkatan konteks serta harapan dari masyarakat.
- c) Desiminator
Humas berperan dalam memberikan informasi kepada pihak internal organisasi dan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan aktivitas masing-masing instansi.
- d) Katalisator
Humas pemerintah berperan dalam menerapkan berbagai pendekatan dan strategi untuk memengaruhi pandangan dan sikap masyarakat, sehingga terjadi keselarasan antara kepentingan pemerintah dan publik.
- e) Konselor, penasihat, dan interpretor
Hubungan Masyarakat berfungsi sebagai konsultan, pengacara, serta penafsir strategi eksekutif.
- f) Prescriber
Hubungan Masyarakat berfungsi bagaikan elemen alat strategis bagi pemimpin tertinggi dalam penentuan Keputusan. Hubungan Masyarakat wajib dapat menjadi penasihat bagi pemimpin tertinggi dalam setiap keputusan yang diambil. Oleh karena itu, hubungan Masyarakat harus mempunyai keahlian serta pengetahuan mengenai instansinya dengan mendalam agar dapat mengatasi berbagai masalah dengan baik.

Humas memiliki tanggung jawab untuk membangun dan memelihara citra positif suatu organisasi atau lembaga di mata masyarakat. Selain itu, Humas juga berfungsi untuk mengamati dan menilai sikap serta reaksi publik mengenai aturan dan pilihan yang dibuat oleh lembaga. Humas mengelola kebijakan yang ditetapkan oleh organisasi guna memahami sikap masyarakat serta memberikan penjelasan dan menciptakan dukungan.

Melalui pencerahan di atas, dapat dilihat bahwa humas memiliki peranan penting dalam menghubungkan perusahaan, organisasi, atau lembaga pemerintah dengan Masyarakat. Tujuan dari aktivitas para praktisi humas tersebut adalah untuk mencapai kesejahteraan bersama antara organisasi dan masyarakat..

Proses pengelolaan hubungan masyarakat menurut Cutlip terdiri dari empat tahap, yaitu: mengidentifikasi masalah (atau kesempatan), merancang rencana dan kegiatan, melaksanakan tindakan, berinteraksi, dan menilai program.

Mendefinisikan isu (analisis keadaan)

Tahap awal ini melibatkan peninjauan dan pengamatan terhadap pemahaman, pandangan, sikap, dan perilaku orang-orang yang peduli serta terpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi. Tahap ini memberikan dasar untuk semua tahap dalam proses penyelesaian masalah berikutnya dengan menetapkan “apa yang sedang terjadi saat ini”.

Karya ilmiah ini juga bermanfaat signifikan lainnya terhadap suatu sosialisasi, yaitu mendukung dalam mengenali dan menciptakan ukuran yang dapat digunakan untuk menilai program. Terdapat berbagai kategori penelitian, dan kategori yang dipilih akan paling sesuai untuk kampanye:

- a) penelitian deskriptif berperan dalam mengenali dan menjelaskan proses, keadaan, dan peristiwa.
- a) Pendalaman eksplanatif berfungsi untuk mengetahui alasan di balik terjadinya suatu peristiwa
- b) penelitian prediktif berguna untuk meramalkan prodak yang bisa jadi muncul tindakan atau aktivitas tertentu dapat mengakibatkan ketidakberhasilan dalam bertindak.

Humas telah mengembangkan pendekatan penelitian yang ditujukan untuk memahami peranan, posisi, dan konteks organisasi dalam kegiatan-kegiatannya sebagai berikut:

- a) Audit komunikasi; mengevaluasi kondisi komunikasi dalam perusahaan/organisasi dan seberapa efisien cara komunikasi yang digunakan sebelumnya.
- b) Audit sosial/l lingkungan/pemindaian/pemantauan; adalah tipe penelitian yang semakin dikenal, menyoroti bagaimana Perusahaan lebih memperhatikan dan perhatian pada posisi serta tanggungjawab terhadap publik, serta seperti apa kelompok berkomunikasi di lingkungan sekitar.
- c) Analisis para pihak yang terlibat; adalah proses untuk mengenali dan mengelompokkan para *stakeholders* organisasi, yang mencerminkan keuntungan dan pengaruh yang kelompok miliki terhadap hubungannya kepada institusi. Setiap *stakeholders* memiliki beberapa bentuk pengaruh, baik itu pengaruh resmi seperti posisi yang diakui maupun pengaruh sosial yaitu kemampuan untuk meyakinkan orang sebagai alternatif untuk mendukung suatu tindakan. Proses pemantauan pemangku kepentingan sellau diikuti pembuatan petunjuk pengelola kepentingan dengan memperlihatkan mitra stakeholder dan Lembaga serta pihak yang seyogyanya diutamakan dan pihak yang perlu mendapatkan keutamaan sangat dibawah.

Analisis SWOT: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman adalah konsep yang telah dikenal luas dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk komunikasi, di mana metode analisis ini menawarkan banyak manfaat.

Menyusun rencana dan program (strategi)

Data yang diperoleh di tahap awal dipakai untuk menentukan keputusan mengenai publikasi program, sasaran, kegiatan, serta strategi, taktik, dan tujuan komunikasi. Oleh karena itu, temuan dari tahap pertama perlu dijadikan pertimbangan dalam Keputusan dan kegiatan institusi. Langkah

selanjutnya dari manajemen ini memberikan respon “berdasarkan situasi yang telah kita pelajari, apa sebaiknya yang kita ubah, lakukan dan katakan ?”

Jim Lukaszewski menegaskan bahwa rencana adalah pendorong utama di dalam setiap perusahaan atau lembaga. Rencana adalah kekuatan pikir yang mendukung pengelolaan, pengaturan prioritas, dan penguatan dalam proses pengambilan keputusan. Tanpa adanya rencana, tidak ada tujuan, tanpa rencana tidak ada akumulasi tenaga, tanpa rencana tidak ada pengaruh.

Setiap lembaga, organisasi, atau perusahaan memiliki rencana yang terdapat di setiap tingkatan. Berikut adalah jenjang strategi:

- a) Teknik perusahaan; terkait menggunakan seluruh orientasi serta cakupan Lembaga dan seperti apa value ditingkatkan di berbagai sektor unit bisnis dalam organisasi.
- b) Strategi bisnis adalah cara untuk bersaing dengan baik di pasar tertentu. Elemen wirausaha strategis adalah segmen oleh instansi dengan mempunyai pasar luar guna produk serta layanan.
- c) Teknik taktis; lebih berfokus terhadap unsur di suatu instansi bisa efisien menjalankan taktik Perusahaan terkait dengan sumber daya, dan karyawan.
- d) Tahapan teknik; mencakup pengetahuan tentang kedudukan berupa Lembaga, opsi jangka panjang guna era mendatang, serta mengganti taktik sebagai tindakan nyata..

Dozier menjelaskan tahapan pada rencana jangka panjang. Langkah-langkah tersebut meliputi menetapkan maksud institusi, membuat biografi kelompok, menganalisis sekitar kelompok luar, menghubungkan biografi Lembaga dan kesempatan yang ada, memilih opsi terbaik yang sesuai dengan misi, menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek, melaksanakan program, serta mengevaluasi hasil yang telah dicapai. Komunikasi berfungsi sebagai bagian penting dalam proses jangka panjang. Banyak kegiatan komunikasi dapat mendukung dalam mengatur relasi dengan tokoh masyarakat berpengaruh terhadap misi, sasaran, dan tujuan organisasi.

Berikut adalah contoh dari Target, metode, dan arah:

- a) Target: Menyebarluaskan peraturan baru dari eksekutif
- b) metode: Sosialisasi untuk menjalin harmonisasi dengan platform dan stakeholder
- c) arah: yang digunakan meliputi konferensi pers, rilis pers, dialog.

Jika di terhadap suatu sosialisasi, keterkaitan saluran dianggap sebagai taktik paling efektif untuk mencapai sasaran kampanye, maka harus diintegrasikan lewat Teknik komunikasi tinggi. Kampanye hubungan media seharusnya menentukan hal-hal berikut ini :

- a) Media yang penting - perlu mencakup beberapa jenis media berikut: media lokal, media regional, media dalam negeri, media suku terkecil, mediakhusus, publikasi niagaserta Lembagaprofesional yang berfokus pada isu tersebut.
- b) Pesan inti memastikan bahwa media berfungsi untuk menyampaikan pesan inti terkait dengan tujuan keseluruhan.

- c) Kapabilitas-menentukan mungkinkah ada biaya serta tenaga kerja yang tersaji.
- d) Teknik berkomunikasi yang dibutuhkan termasuk penempatan konten, foto-foto peluang, penyusunan rilis pers, petunjuk untuk jurnalis, dan lainnya.
- e) Jadwal dan batas waktu.
- f) Cara kampanye akan dinilai untuk mengukur tingkat keberhasilannya.

Bertindak dan Berkomunikasi (penerapan)

Tahapan ketiga yakni melaksanakan kegiatan yang sudah dibuat guna mendapat tujuan tertentu bagi setiap kelompok agar program bisa berhasil. Program tersebut dilakukan dengan cara bekerja dan berkomunikasi menggunakan pendekatan teori Framing, yaitu upaya untuk membangun pesan sesuai dengan situasi dan kondisi target pembaca. Dalam hal ini, program memilih ucapan atau kalimat tertentu serta menentukan platform untuk digunakan, dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan dan minat dari target pembaca itu sendiri.

Problem atau sesuatu yang bersifat krisis membutuhkan respons penyelesaian spontan yang ditopang melalui komunikasi. Taktik Komunikasi begitu membantu keberhasilan aktivitas tersebut. Skema tindakan harus menentukan fokus utama program namun juga mempresentasikan sisi dari kehumasan yang barangkali tidak terlihat secara langsung. Biasanya, komunikasi adalah komponen yang lebih terlihat dan berfungsi sebagai pelengkap untuk menunjang Langkah strategis. Berikut komponen dari strategi komunikasi :

a) Mengatur informasi

Prinsip dasar yang menjadi pondasi Membuat konten pesan untuk komunikasi adalah memiliki pemahaman hal-hal yang positif mengenai posisi klien atau Pemimpin dalam situasi yang bermasalah. Prinsip Kedua ialah memahami keperluan, kepentingan dan aspirasi kekhawatiran masyarakat tujuan. Seperti spesialis. “jadilah cerdas dan pahami keadaan pihak lain” pertukaran informasi baik wajib disesuaikan dengan kondisi serta karakteristik audien

Berikut adalah beberapa cara yang sudah terbukti membantu mengatasi ketidakcocokan antara posisi komunikator dan sikap masyarakat:

- Pilih media yang terdekat dengan jabatan masyarakat
- Optimalkan saluran komunikasi yang memiliki kredibilitas tinggi, terutama demi masyarakat yang berfungsi sebagai target komunikasi
- Minimalkan selisih pada interval komunikator serta Masyarakat
- Kenali kata-kata dan cerita lucu yang sesuai dengan kondisi Masyarakat
- Tentukan peran komunikator sebagai suara mayoritas dengan menetapkan pendirian mayoritas masyarakat sendiri
- Manfaatkan pengenalan golongan masyarakat jika bisa membantu meningkatkan penerimaan balik
- Sesuaikan anjuran supaya memenuhi harapan organisasi

Empat data dasar yang penting dijadikan pusat perhatian dalam menyampaikan ide adalah sebagai berikut:

- a) Penonton atau pendengar adalah masyarakat yang menjalani kehidupan, eksis, berprofesi berusaha dan beribadat lingkungan sosial mereka.
- b) Akibatnya, setiap orang dipengaruhi oleh banyak hal, sedangkan pesan yang disampaikan oleh komunikator hanya merupakan salah satu sumber pengaruh yang tidak terlalu besar.
- c) Orang cenderung memilih untuk menonton, membaca, atau mendengar komunikasi yang menarik perhatian mereka atau memiliki hubungan pribadi dengan isinya.
- d) Media membentuk komunitas yang terpisah satu sama lain.
Media memiliki besar dampaknya terhadap pengetahuan, kecenderungan, dan perilaku personal maupun kelompok.

Berikut ini adalah landasan dalam menerapkan konsep ke dalam penerapan:

- a) Semantik
Kata semantik adalah istilah khusus yang merujuk dalam penelitian mengenai makna. Istilah ini muncul dalam bahasa Inggris. Ahli-ahli menyebutkan bahwa semantik adalah disiplin ilmu Bahasa yang menelaah keterkaitan symbol-simbol linguistik. Ungkapan lain yang dipakai untuk menggambarkan fenomena serupa merupakan semiotika, semiologi, semasiology, dan semetik. Pembahasan tentang makna sebuah kata termasuk dalam bidang semantik.
- b) Ikon
Komunikasi tidak hanya bergantung pada aspek semantik saja. Dalam cakupan yang lebih luas, komunikasi melibatkan symbol dan stereotip. Symbol menyediakan saran komunikasi yang persuasif, dramatic dan mampu menjangkau banyak orang secara langsung melalui berbagai saluran komunikasi.
- c) Rintangan-prasangka
Rintangan dalam menelaah serta menyampaikan berita bisa datang dari penyampaian informasi atau penerima pesan. Lippmann memperingatkan bahwa semua orang menjalani kehidupan lingkungan kelompoknya sendiri. Beberapa hambatan yang ada seperti perbedaan sosial, usia, bahasa, kosakata, siyasa, dan keberlanjutan finansial. Selain itu, terdapat kendala karena perbedaan etnis serta penyimpangan yang menghalangi percakapan antara satu golongan dengan segmen lain.

Prasangka Adalah persepsi terhadap individu yang didasarkan semata-mata pada anggapan mengenai kelompok tempat individu tersebut tergolong. Prasangka yakni media singkat paradigma yang dibuat melalui intuitif dilakukan manusia guna meringankan aspek-aspek multifaset dan fungsional dalam pengambilan keputusan secara cepat. Praktisi humas harus belajar mengenali pengaruh dan kehadiran lambang dan *stereotip* apa yang tampak sebagai kontradiksi dan sifat yang berlawanan dari pendapat masyarakat. *Icon* dimanfaatkan

semacam fasilitas guna merespon lambing serta *prasangka* dimanfaatkan untuk merespon balik.

d) Mensosialisasikan informasi

Profesional hubungan Masyarakat tidak hanya sekadar menebarkan informasi ke berbagai kalangan publik, didalam maupun diluar, tetapi sama-sama harus memastikan pesan tersebut sampai tepat kepada sasaran yang benar, akibatnya bisa memberikan dampak yang positif.

Mengevaluasi Program (penilaian)

Tahap paling belakang dalam tahapan ini adalah menilai maka, penerapan, serta capaian program. Selama rencana berlangsung, kami melakukan perubahan berdasarkan masukan yang diterima tentang cara kerja program tersebut. Setelah mempelajari hasil evaluasi tersebut, program bisa dilanjutkan atau dihentikan, “bagaimana kita sekarang atau dulu ?”

Evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui nilai atau tingkat keberhasilan suatu hal. Dalam melakukan evaluasi, terdapat beberapa metode atau cara yang bisa digunakan, di antaranya sebagai berikut :

a) Pengukuran semu

Banyak praktisi Humas sering kali mengandalkan pengukuran sederhana berdasarkan frekuensi liputan media informasi yang disampaikan melalui jenis media tertentu. Media yang dipilih untuk merilis informasi ini dan seberapa sering informasi tersebut ditayangkan juga menjadi perhatian. Sedikitnya periode guna melakukan observasi/penelitian serta sedikitnya kapabilitas dalam membuat penelitian menjadi hambatan utama bagi para praktisi.

b) Peluang untuk Melihat (OTS) adalah cara yang mudah untuk menilai hasil dari suatu program. Metode ini menggunakan skor yang telah disepakati bersama klien pra pelaksanaan. Skor ini mengandung beberapa usnur berikut:

- Banyaknya pesan utama yang disampaikan?
- Adakah tersedia penjelasan mengenai kompetisi?
- Apakah ungkapan dari seorang pembicara di kutip oleh media?
- Berapa banyak orang yang terjangkau oleh pesan tersebut?
- Bagaimana kualitas pembaca yang terjangkau?

c) Nilai Iklan *Equivalen (AVE)*

adalah bagian metode pengukuran yang sering digunakan, terutama oleh praktisi humas yang bekerja di perusahaan kecil. Metode ini dianggap cukup canggih dan kritis. AVE digunakan untuk mengukur seberapa luas "laporan yang didapatkan", biasanya Dengan cara menghitung jumlah inci kolom di dalam publikasi serta menentukan nilai biaya yang setara dengan ruang iklan tersebut.

d) Penilaian Digital

Michael Cooper menyebutkan tahapan awal dalam setiap proyek adalah mengenali pembicaraan yang sedang berlangsung atau. Sebelumnya, kami meninjau inforasmi terkait

korporat, brand atau segmen terkait pada periode 12-18 bulan terakhir. Sepanjang proses audit, semua referensi yang berkaitan dengan merek dan kunic tertentu termasuk liputan berita dan aktivitas media sosial akan ditdata. Hasil temuan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola atau tajuk yang timbul, menemukan kesempatan dalam kemanfaatan publik, serta menggarisbawahi isu dengan berpotensi menimbulkan masalah.

HUMAS KEPOLISIAN

Pengertian Humas Kepolisian

Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI) adalah alat Negara yang mempunyai tugas pokok memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat (Kamtibmas), melakukan penegakan hukum dan memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat, yang terdapat dalam Undang-Undang no. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Di dalam peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia (Kapolri) nomor 7 Tahun 2008 tentang Pedoman Dasar Strategi dan Implementasi Pemolisian Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Tugas Polri, disebutkan bahwa adanya rasa aman dan tertib dalam kehidupan bermasyarakat akan dapat menciptakan kehidupan yang harmonis dimana dalam melaksanakan aktifitas sehari-hari akan semakin bergairah, sehingga memberi kontribusi positif terhadap peningkatan taraf hidup/kesejahteraan masyarakat.

Polisi adalah aparaturnegara yang bertugas menegakkan hukum dan pembinaan keamanan guna menjaga ketertiban dan keamanan dalam negeri suatu negara (Vox Populi vox Dei). Masalah keamanan dan ketertiban masyarakat di suatu daerah adalah penting bagi ketahanan nasional, karena keamanan dan ketertiban masyarakat disuatu wilayah adalah bagian dari ketahanan wilayah dan apabila ketahanan wilayah tidak kondusif maka dampaknya bisa mempengaruhi ketahanan nasional secara keseluruhan. Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Kamtibmas) merupakan tanggung jawab seluruh masyarakat dan pemerintah, termasuk didalamnya kepolisian sebagai aparat penegak hukum. Dalam pelaksanaannya, kepolisian melakukan upaya-upaya/ tindakan yang diwujudkan dalam kegiatan berupa operasi kepolisian, baik yang sifatnya maupun yang bersifat khusus.

Bagian Hubungan Masyarakat Kepolisian merupakan bidang krusial di dalam lembaga Polri dengan dibentuk khusus guna mengurus komunikasi serta informasi terkait institusi Kepolisian. Tujuan utamanya adalah untuk membangun serta menjaga citra positif Polri di tengah masyarakat. Membentuk citra yang baik adalah merupakan orientasi institusi, oleh sebab itu Bidang Hubungan Masyarakat Polri mempunyai peran besar terhadap perbaikan pandangan miring yang ada di Kepolisian melalui metode memberikan informasi secara terbuka, sehingga pendapat masyarakat kepada Polri beralih menjadi lebih baik.

Humas Kepolisian, atau Hubungan Masyarakat Kepolisian, merupakan fungsi di dalam organisasi kepolisian yang bertujuan untuk menjembatani komunikasi antara institusi

kepolisian dengan masyarakat. Peran utamanya adalah menyampaikan informasi yang transparan, membangun kepercayaan publik, mengelola opini masyarakat, serta menjaga citra positif institusi kepolisian.

Tugas utama Humas POLRI terdiri dari beberapa hal berikut: a) Mengawasi dan membina kegiatan humas di lingkungan Polri; b) Memberikan informasi kepada masyarakat dan mengelola hubungan kerja sama dengan media serta elemennya; c) Mengumpulkan dan mengelola data serta mendokumentasikan informasi yang berkaitan dengan berita di lingkungan Polri; d) Melakukan peliputan, pemantauan, produksi, dan mendokumentasikan informasi yang berhubungan dengan tugas Polri; e) Merencanakan dan mengelola administrasi umum di lingkungan Polri; f) Menyelenggarakan peliputan, pemantauan, dan mengevaluasi program kegiatan Humas Polri.

Melalui Humas, masyarakat dapat lebih memahami tugas dan tanggung jawab kepolisian, sementara kepolisian dapat mendengar aspirasi dan feedback dari masyarakat untuk meningkatkan pelayanan. Hal ini mencakup konferensi pers, media sosial, kegiatan sosialisasi, hingga pelibatan langsung dalam acara komunitas.

Fungsi Humas Kepolisian

Fungsi Humas Kepolisian mencakup berbagai peran penting dalam mendukung tugas kepolisian dan membangun hubungan yang baik dengan Masyarakat. Humas Polri juga dapat diuraikan memiliki fungsi selaras dengan pandangan Dozier dan Broom terkait peran humas yakni:

a) Konsultan Ahli

Individu professional dibidang Relations yang memiliki jam terbang tinggi serta mempunyai kapabilitas bisa mendampingi mendapatkan ide terhadap Solusi dari persoalan dengan Masyarakat. Ketidakberhasilan dari kegiatan adalah konsekwensi yang ia tanggung untuk dievaluasi. Ada banyak unsur individu yang melaksanakan tanggungjawab dari konsultan ahli, yakni: kesatu mendesain inovasi komunikasi; Kedua memprediksi isu humas; ketiga mengagendakan serta mengusulkan Langkah yang patut dilaksanakan; keempat mengemban tugas terhadap kesuksesan maupun kegagalan; *kelima* pihak lain meihat bahwa ternyata dia individu professional dibidangnya; *keenam* indiviu lainnya pada institusi beranggapan kalau ia merupakan individu yang harus Yakini keahliannya

b) Mediator Komunikasi. Yakni, pakar humas berperan sebagai penghubung atau penengah untuk mendukung manajemen dalam memahami kebutuhan dan harapan publik. Dipihak lain, fasilitator komunikasi wajib dapat mencerahkan kepada orientasi lembaganya kepada pihak masyarakat. Dengan adanya komunikasi dua arah tercipta pemahaman, kepercayaan, penghargaan, dukungan dan toleransi yang harmonis antara Kedua bela pihak sebagai mediator atau penengah jika terjadi *miscommunication*.

- c) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*) Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan Public Relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Ada beberapa tanda yang menunjukkan peran fasilitator dalam proses pemecahan masalah, yaitu: a. Mewujudkan kebutuhan untuk perencanaan humas yang teratur. Berkolaborasi dengan pihak manajemen untuk meningkatkan keterampilan. Meningkatkan keterlibatan manajemen. Pastikan pihak manajemen selalu ikut serta dengan aktif. Bertindak sebagai pemicu. Membuat beberapa pilihan untuk menyelesaikan masalah.
- d) Teknisi Komunikasi. Berperan sebagai humas dalam kewartawanan dengan menyediakan resident yang hanya menyediakan fasilitas operasional komunikasi atau populer dengan istilah system komunikasi dalam institusi.

Peran Humas Kepolisian dalam Pemberitaan Media Sosial

Peran Humas Kepolisian dalam Pengelolaan Media Sosial sangat penting karena media sosial menjadi saluran utama untuk berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung. Dalam konteks kepolisian, pengelolaan media sosial bukan hanya soal menyampaikan informasi, tetapi juga menjaga citra positif kepolisian dan membangun hubungan yang baik dengan publik serta pencegahan beredarnya berita hoax. Media sosial seringkali menjadi saluran bagi penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks. Humas Kepolisian memiliki peran penting untuk mencegah beredarnya berita hoax di Tengah Masyarakat yang dapat memunculkan perpecahan antar warga.

MEDIA INSTAGRAM (ig)

Media Sosial

Media sosial hadir sebagai elemen dari majunya zaman media baru serta terus memperoleh sambutan positif dari pengguna internet. Platform ini memungkinkan individu untuk bertukar informasi secara langsung dengan sesama pengguna, sehingga melahirkan interaksi yang lebih dinamis dan inklusif. Fitur seperti share, like, hastag dan trending topic mempunyai peran penting dalam mengidentifikasi minat serta pola konsumsi publik. Melalui fitur tersebut berita dapat menyebar dengan cepat dan update hampir menyerupai virus dalam periode singkat.

Denis McQuail dalam Astrid Faidlatul Habibah, Teori Komunikasi Massa, diidentifikasi ke dalam lima kategori utama media baru guna mendukung penggunaan aplikasi sosial media yakni sebagai berikut:

- 1) Media komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication media*) meliputi telepon dan surat elektronik (terutama untuk pekerjaan, tetapi semakin menjadi personal). Secara umum

konten bersifat pribadi dan mudah dihapus dan hubungan yang tercipta dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan

- 2) Media permainan interaktif (*interactive play media*). Media ini terutama berbasis computer dan *video game*, ditambah realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan mungkin dominasi dari kepuasan “proses atau “penggunaan”
- 3) Media pencairan informasi (*information search media*). Ini adalah kategori yang luas tetapi internet /WWW merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Posisi mesin pencari menjadi sangat penting sebagai alat bagi para pengguna sekaligus sebagai sumber pendapatan untuk internet. Disamping internet, telepon (*mobile*) juga semakin menjadi saluran penerimaan informasi, sebagaimana juga terleleks yang disiarkan dan layanan data radio.
- 4) Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*). Kategorinya khususnya menggunakan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantarai computer). Situs jejaring sosial termasuk didalam kelompok ini.
- 5) Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang dimasa lalu biasanya disiarkan atau disebarakan dengan metode lain yang serupa. Menonton film dan acara tv atau mendengarkan radio dan music adalah kegiatan utama.

Peran media dalam kehidupan bermasyarakat menurut berbagai literatur tidak dapat diragukan lagi. McQuail setidaknya ada 6 pandangan terhadap manfaat media:

- a. Media masa dipahami sebagai jendela terhadap peristiwa dan pengalaman. Melalui media, khalayak dapat mengamati berbagai kejadian, memperoleh informasi serta merasakan pengalaman yang sebelumnya tidak mereka alami secara langsung.
- b. Media dipandang sebagai cermin peristiwa Masyarakat dan dunia yang menampilkan realitas apa adanya. Karena itu pengelola media sering mesara bersalah Ketika kontennya penuh kekerasan atau konflik, karena dianggap sekedar merefleksikan fakta. Namun sudut pandang arah pemberitaan dan framing tetap ditentukan oleh professional media, sehingga khalayak tidak sepenuhnya bebas memilih inforamsi yang mereka inginkan
- c. Memandang media massa sebagai *filter* atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbgai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk *content* yang lain berdasar standar para pengolahnya. Disini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.
- d. Media masa sering dipandang sebagai panduan atau oetunjuk arah yang berperan sebagai interpreter dalam menerjemahkan dan memberikan arahan terhadap berbagai ketidakpastian atau pilihan alternatif yang ada.

- e. Media massa dipandang sebagai forum untuk menyampaikan informasi dan ide kepada khalyak , sekaligus memungkinkan penerimaan tanggapan dan umpan balik dari publik

Menurut Bambang, *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Media sosial di ketahui telah banyak ada di sekitar kita. Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi ini. Salah satu contoh media sosial ini adalah Instagram, sehingga perlu melihat pendapat Puntoadi terkait penggunaan atau pemanfaatan social media sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun *personal branding* melalui *social media* adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai social media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media.
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam

Instagram sebagai platform media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan komunikasi oleh Humas Kepolisian. *Instagram* memungkinkan kepolisian untuk berinteraksi langsung dengan publik melalui berbagai konten visual yang menarik, seperti foto, video, infografis, dan cerita singkat (*stories*).

Berita Hoax

Berita hoaks (atau berita palsu) adalah informasi yang sengaja dibuat dan disebarakan dengan tujuan menyesatkan, mengelabui, atau membingungkan audiens. Berita hoaks sering kali disajikan dalam bentuk yang terlihat seperti berita yang sah atau informasi yang valid, namun sebenarnya tidak berdasarkan fakta atau bahkan sepenuhnya salah. Penyebaran hoaks bisa terjadi melalui berbagai saluran media, termasuk media sosial, situs web, aplikasi pesan instan, bahkan melalui media tradisional.

Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain hoax juga bisa diartikan sebagai upaya penutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Hoax juga bisa diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar.

Berita palsu atau hoax termasuk ke dalam jenis kejahatan yang terjadi di dunia maya, yang sering disebut sebagai kejahatan siber. Kejahatan siber adalah kegiatan kriminal yang dilakukan

di dunia internet dengan memanfaatkan jaringan komputer sebagai alatnya. Kejahatan dunia maya adalah tindakan ilegal yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dengan merugikan orang lain melalui komputer dan Internet. Kejahatan siber, secara singkat, adalah semua tindakan kriminal yang dilakukan melalui internet atau perangkat digital. Tindakan ilegal yang ditujukan untuk menyerang sistem keamanan komputer dan data yang diproses oleh sistem komputer. *Cyber crime* menjadi masalah yang sangat serius seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat ini.

Gregory (2015) menjelaskan bahwa kejahatan siber adalah jenis kejahatan yang terjadi di dunia maya dengan menggunakan komputer yang terhubung ke internet. Kejahatan ini bisa memanfaatkan komputer lain yang juga terhubung ke internet. Rachmat Kriyantono menjelaskan dalam bukunya bahwa “Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam”. Hoax adalah informasi sumber yang membuatnya dan yang menyebarkannya tidak jelas, pesannya *tidak cover both sides* (membaik-baikkan saja atau menjelek-jelekan saja), yakni hanya membela atau menyerang pihak-pihak tertentu, tidak ada sumber yang jelas untuk dapat mengecek akurasi informasinya.

Ratna Istriyani dan Nur Huda Widiana menyatakan bahwa hoaks, menurut ajaran Islam, bukan hanya ada pada zaman Nabi Adam AS, tetapi juga berlanjut hingga zaman Nabi Muhammad SAW. Bahkan, saat ini, hoaks sangat sering muncul dalam kehidupan umat Islam.

Kepolisian memiliki hak untuk mengatasi penyebaran berita bohong. Hal ini diatur dengan jelas dalam pasal 5 Undang-Undang No. Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menyatakan bahwa polisi sebagai alat negara memiliki peran penting dalam menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat. Mereka bertugas menegakkan hukum dan memberikan perlindungan, pengayoman, serta pelayanan kepada masyarakat untuk menjaga keamanan negeri.

Edukasi cerdas memanfaatkan *social media* khususnya dalam upaya untuk mengendalikan peredaran beita palsu (hoax) merupakan upaya yang perlu ditempuh guna mengurangi penyebaran berita yang membuat gaduh ditengah Masyarakat. Pendapat James Potter, 7 kemampuan evaluasi membedakan fakta, opini dan hoaks dalam media antara lain:

- 1) Kemampuan analisis menuntut kita untuk memecah pesan yang diterima menjadi bagian-bain penting yang memiliki makna
- 2) Evaluasi merupakan proses menilai arti dari setiap unsur tersebut
- 3) *Groupting* merupakan penentuan elemen yang sejenis dan yang berbeda untuk dikelompokkan kedalam kategori tertentu.
- 4) Induksi Adalah menyimpulkan dari pengelompokan sebelumnya dan kemudian membuat generalisasi pola-pola elemen tersebut menjadi pesan yang lebih luas.
- 5) Deduksi merupakan penerapan aturan umum untuk memahami kasus tertentu
- 6) Sintesis yakni menyatukan berbagai elemen menjadi suatu kesatuan baru.
- 7) *Abstracting* adalah menciptakan deskripsi yang singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini yakni Humas Polres Kabupaten Banggai. Adapun waktu penelitian yang di gunakan berkisar 3 bulan terhitung sejak dari bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2025.

Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan teknik tertentu yaitu:

1. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung disertai pencatatan terhadap kondisi atau perilaku objek yang diamati
2. Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti
3. Dokumentasi Merupakan salah satu cara yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data bersumber dari dokumen tertulis.

Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini untuk dianalisis yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan yang dikumpulkan secara langsung dilapangan melalui interaksi dengan narasumber kunci dan ibersvasi langusng terhadap febomena yang diteliti.
2. Data sekunder yaitu data informasi ini diperoleh dari buku-buku, referensi, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Populasi dan sampel

Populasi

Populasi penelitian adalah sleuruh elemen yang dianalisis serta memiliki sifat yang sama atau memiliki korelasi penting dengan masalah yang diteliti. Memahami tingkat dan atribut suatu populasi sangat penting agar kita dapat memberikan gambaran yang akurat tentang kelompok tersebut dalam penelitian. Populasi penelitian adalah semua individu, objek, atau peristiwa yang menjadi fokus dalam studi tersebut. Sedangkan dalam pengertian lain Populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup & waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data. Jika setiap manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi adalah sekelompok orang yang memiliki ciri-ciri yang sama. Populasi ini menjadi dasar untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Definisi ini menekankan bahwa dalam penelitian, kita harus memperhatikan tiga hal utama yaitu subjek, objek, dan tempat penelitian. Subjek penelitian adalah orang, benda, atau makhluk hidup yang memberikan informasi saat mengumpulkan data. Objek penelitian adalah sifat atau keadaan

yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Ini bisa meliputi perilaku, kegiatan, pendapat, atau proses tertentu yang ingin diteliti. Tempat penelitian bukan hanya sekadar lokasi untuk melakukan penelitian, tetapi juga tempat di mana data tentang subjek dan objek dikumpulkan. Tempat ini sangat penting untuk keberhasilan penelitian karena memudahkan akses ke kelompok orang yang sedang diteliti.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Humas Polres Banggai 4 orang dan followers ig @polresbanggai 5.607 pengikut sehingga keseluruhan populasi 5.611 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian, teknik pengambilan sampel sangat penting untuk Sedangkan menurut pengertian lain, Sampel adalah bagian dari total dan sifat yang dimiliki oleh kelompok orang atau benda tersebut. Jika jumlah populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semuanya, misalnya karena terbatasnya waktu, uang, dan tenaga, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang kita pelajari dari contoh tersebut akan diterapkan pada seluruh kelompok. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili kelompok yang lebih besar, rumus Slovin dalam AAP Agung (2017), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel.

N = ukuran populasi.

e = persen kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diakomodir, misalnya 1%, 5%.

Jika jumlah subyeknya dapat di ambil antara 10%-10% atau lebih. Dalam hal ini penulis mengambil ketidakteelitian 10% (e= 0,1) dengan jumlah populasi 5.611 orang (N=5.611) jadi jumlah sampel dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{5.611}{1+5.617(0,01)} \\ &= \frac{5.611}{1+56,11) } \\ &= \frac{5.611}{57,11} \\ &= 98,24 \quad n =98 \end{aligned}$$

Maka sample penelitian ini adalah sejumlah 98 orang

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai acuan untuk menganalisa data kuantitatif dianalisis menggunakan metode yang relevan untuk mengolah angka dan pola statistik. Data yang telah dikumpulkan akan diproses dan dianalisis dengan cara yang teratur dan jelas.

Dengan menggunakan rumus presentase yaitu :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase

F = Jumlah Penanggap

N = Jumlah Sampel yang digunakan

Apabila data diinterpretasikan dalam bentuk presentase maka penetapan klasifikasi jawaban responden adalah sebagai berikut :

1. 1 % - 20 % = Sangat Tidak Baik
2. 21 % - 40 % = Kurang Baik
3. 41 % - 60 % = Cukup Baik
4. 61 % - 80 % = Baik
5. 81 % - 100 % = Sangat Baik

Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel adalah pengertian variable yang (Diungkap dalam definisi konsep) tersebut secara operasional secara praktik, secara nyata, dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Sugiyono (2016:61) mendefinisikan variabel penelitian merupakan atribut atau sifat dari suatu objek penelitian yang ditentukan, dipelajari atau diberikan kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel X dan Y

Variabel X dengan indikator variabel :

1. Mendefeniskan masalah
2. membuat rencana dan program
3. bertindak dan berkomunikasi
4. mengevaluasi program

Variabel Y dengan indikator variabel :

1. Media komunikasi antar pribadi
2. Media permainan interaktif
3. Media pencarian informasi
4. Media partisipasi kolektif
5. Subtitusi media penyiaran

Denis McQuail dalam Astrid Faidhatul Habibah (2021)

PEMBAHASAN

Pemakaian Instagram oleh Badan Humas Kepolisian Kabupaten Banggai adalah salah satu pendekatan komunikasi digital yang penting di tengah pesatnya laju perkembangan media sosial. Pada zaman informasi saat ini, publik sering kali mendapatkan berbagai berita dengan sangat cepat, namun tidak semua berita tersebut akurat dan bisa dipertanggungjawabkan. Kondisi ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi institusi kepolisian untuk berperan aktif dalam menangkal berita hoaks yang dapat memicu keresahan sosial. Melalui akun resmi Instagram, Humas Kepolisian Kabupaten Banggai berupaya menghadirkan informasi akurat, faktual, dan terkini, serta melakukan klarifikasi terhadap isu-isu yang beredar di masyarakat.

Instagram dipilih sebagai platform utama karena kemampuannya menjangkau banyak orang, mudah digunakan oleh berbagai kalangan, dan memungkinkan komunikasi dua arah antara pihak kepolisian dan masyarakat. Fitur seperti komentar, pesan langsung, siaran langsung, serta story interaktif memfasilitasi terjadinya komunikasi, sesi tanya jawab, dan penyampaian aspirasi dengan cepat.

Konten yang diposting juga disusun dengan cara yang inovatif dan mendidik, seperti grafik informasi, klip video singkat, dan foto-foto kegiatan, sehingga lebih mampu menarik perhatian publik dan mudah untuk dimengerti. Di samping itu, menyajikan informasi dalam bentuk visual yang sederhana membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan serta meningkatkan ingatan masyarakat terhadap informasi tersebut. Kehadiran informasi resmi dari Humas Polri di Instagram juga memainkan peran penting dalam menciptakan citra baik institusi. Masyarakat menjadi lebih yakin terhadap sumber informasi yang terpercaya, serta memiliki acuan yang pasti ketika menghadapi isu atau berita yang patut dipertanyakan.

Dengan demikian, keberadaan akun resmi ini berfungsi sebagai benteng informasi di ruang digital, yang mampu meminimalkan dampak negatif berita hoaks dan menjaga stabilitas sosial.

Selain itu, penggunaan Instagram tidak hanya difokuskan pada distribusi informasi, namun juga merupakan bentuk penyesuaian humas kepolisian terhadap transformasi cara berkomunikasi masyarakat di zaman digital.

Perubahan ini menjadikan Instagram sebagai salah satu alat penting dalam membangun jalinanan yang positif dari POLRI dan khalayak antara pihak kepolisian dan masyarakat, serta memastikan aliran informasi yang tepat untuk menciptakan keamanan dan ketertiban di daerah Kabupaten Banggai.

KESIMPULAN

Melalui hasil penelitian serta pembahasan terkait Pemanfaatan Instagram Pada Humas Kepolisian dalam Mencegah Berita Hoax Di Kabupaten Banggai menunjukkan bahwa Humas Polres Banggai telah maksimal dalam mencegah berita hoax melalui pemanfaatan Instagram. Dengan menyediakan informasi yang tepat, mendidik, dan mudah diakses, Instagram berfungsi

sebagai alat yang efektif untuk membangun komunikasi positif antara Kepolisian dan publik. Hal ini berdasarkan presentasi jawaban responden rata-rata 82 % (Sangat Baik).

Saran

1. Bagi Humas Kepolisian

Diharapkan pihak Humas Kepolisian Kab. Banggai akan terus berinovasi dalam menciptakan konten yang mendidik dan informatif berkaitan dengan masalah-masalah aktual, terutama mengenai upaya menghentikan penyebaran hoax. Penggunaan berbagai fitur interaktif di Instagram, seperti siaran langsung, jajak pendapat, dan sesi tanya jawab, perlu lebih ditingkatkan agar komunikasi dengan masyarakat menjadi lebih efisien dan melibatkan partisipasi.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan semakin bijak dalam menerima serta turut serta dalam mempublikasikan berita positif yang ditemukan melalui sosial media dan lebih aktif mengikuti akun resmi Humas Kepolisian sebagai rujukan utama informasi yang benar. Pemahaman akan informasi digital harus ditingkatkan sehingga dapat membedakan mana informasi valid maupun hoax.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini tetap memiliki sejumlah batasan karena hanya mengeksplorasi penggunaan Instagram. Oleh sebab itu, peneliti di masa depan disarankan untuk memperluas penelitian dengan membandingkan seberapa efektif berbagai sarana *social media* lainnya untuk bisa digunakan instansi Humas Kepolisian, semacam Facebook, Twitter, atau TikTok, guna memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai strategi digital dalam melawan berita palsu.

DAFTAR PUSTAKA

- Media Sosial". Jakarta. Kencana, Cetakan Ke-1, Maret (2015). ISBN 978-623-218-818-1. E(ISBN) 978-623-218-823-5.
- Fitriana, D., Farid, M., Nadjib, M. Facebook Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Keterbukaan Diri Etnis Bugis Menerima Etnis Lain Sebagai Pasangan Hidup. KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), (2018); 80–91, <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5167>