

IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME DALAM PENGELOLAAN CYBER PUBLIC RELATIONS KEPOLISIAN DI ERA DIGITAL

Marsito Pane¹, Lathifa Prima Ghanistyana², Indira Lutfiatul Affipah³, Rhegita Novia Cahyani⁴, Sinta Widya Kartika⁵

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Tangerang, Kota Tangerang, Indonesia
E-mail: marsitopane07@gmail.com, lathifaprima09@gmail.com,
indiralutfiatulaffipah4626@gmail.com, rhegita04@gmail.com, sintawk22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pengelolaan akun Instagram @polresmetrotangerangkota dalam membangun kepercayaan publik melalui strategi komunikasi digital. Di era digital, institusi kepolisian perlu membangun komunikasi yang efektif, transparan, dan interaktif agar dapat menjangkau serta melibatkan masyarakat secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun tersebut menerapkan strategi komunikasi berbasis *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, yang terdiri dari empat tahap utama: *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi konten Instagram, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi serta dipetakan melalui analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan dan tantangan strategi komunikasi digital yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @polresmetrotangerang telah secara efektif menerapkan keempat tahapan model SoMe: menyebarkan informasi secara konsisten (*share*), mengoptimalkan jangkauan melalui fitur Instagram seperti *Stories*, *Reels*, dan *Live* (*optimize*), mengelola interaksi secara aktif dengan tingkat *engagement rate* rata-rata 10% (*manage*), dan membangun keterlibatan publik melalui kolaborasi dengan influencer serta program interaktif seperti “Ngopi Kamtibmas” dan “Jumat Curhat” (*engage*). Implikasi praktis dari penelitian ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi alat strategis bagi institusi kepolisian dalam membangun citra positif, meningkatkan transparansi, serta memperkuat hubungan yang harmonis dan partisipatif dengan masyarakat.

Kata Kunci: *Cyber Public Relations; Kepercayaan Publik; Komunikasi Digital; Media Sosial; Polres Metro Tangerang Kota*

Diserahkan : 2024-12-11,
Direvisi : 2025-01-15,
Diterima : 2025-02-20,

Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial dilisensikan di bawah Lisensi | 119
Creative Commons Atribusi-NonKomersial
4.0 Internasional. (CC BY-NC 4.0)



ABSTRACT

This study explores the management of the Instagram account @polresmetrotangerangkota in building public trust through digital communication strategies. In the digital era, law enforcement institutions must establish communication that is effective, transparent, and interactive to reach and engage the public. The study aims to analyze how the account applies communication strategies based on The Circular Model of SoMe for Social Communication developed by Regina Luttrell, which consists of four key phases: share, optimize, manage, and engage. This research employs a qualitative descriptive method, with data collected through in-depth interviews, observation of Instagram content, and documentation. The data were analyzed using qualitative content analysis and mapped through SWOT analysis to evaluate the strengths and challenges of the implemented digital communication strategies. The findings reveal that @polresmetrotangerangkota effectively applied all four stages of the SoMe model: consistent information sharing (share), optimization of audience reach using Instagram features such as Stories, Reels, and Live (optimize), active management of public interaction with an average engagement rate of 10% (manage), and public engagement through collaborations with influencers and interactive programs like "Ngopi Kamtibmas" and "Jumat Curhat" (engage). The practical implication of this study highlights that social media can serve as a strategic tool for law enforcement agencies to build a positive image, increase transparency, and strengthen participatory and harmonious relationships with the community.

Keywords: *Cyber Public Relations; Digital Communication; Polres Metro Tangerang Kota; Public Trust; Social Media*

PENDAHULUAN

Cyber Public Relations (CPR) merupakan strategi komunikasi modern yang memanfaatkan media digital untuk membangun dan menjaga hubungan antara lembaga dan publik. Dalam era digital, media sosial menjadi platform utama yang memungkinkan interaksi langsung, penyebaran informasi, dan pembentukan citra institusi secara efektif. Model komunikasi seperti *The Circular Model of SoMe* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, dengan tahapan *share, optimize, manage, dan engage*, memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam aktivitas CPR. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan publik tetapi juga membangun kepercayaan melalui komunikasi yang autentik dan responsif (Earlinda dan Nugrahani 2023; Narda 2024).

Perkembangan media sosial telah mengubah cara institusi, termasuk kepolisian, berkomunikasi dengan masyarakat. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi alat untuk membangun hubungan yang lebih dekat serta meningkatkan interaksi dengan publik. Dalam konteks kepolisian, akun media sosial resmi memungkinkan institusi ini untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, mempercepat penyampaian informasi, serta memperkuat komunikasi dua arah yang esensial dalam era digital saat ini (Jati 2019; Pramudya, Darsono dan Risdayah 2024).

Lebih jauh, media sosial juga menjadi instrumen penting bagi pemerintah dalam mengelola komunikasi dengan publik. Tidak hanya dalam menyampaikan kebijakan, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi layanan publik, merespons perubahan zaman, serta menangani komunikasi selama krisis dan bencana alam. Pengelolaan media sosial pemerintah melibatkan berbagai tahapan, termasuk penentuan sasaran komunikasi, pemilihan platform yang sesuai, penyusunan konten, pemantauan diskusi publik, serta analisis umpan balik masyarakat. Semua ini bertujuan untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan efektif dan berdampak nyata bagi publik (Hastrida, 2021).

Dalam hal ini, kepolisian sebagai institusi pelayanan publik memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga keamanan serta ketertiban masyarakat. Seiring dengan meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas, kepolisian perlu beradaptasi dengan pola komunikasi yang lebih terbuka dan responsif. Polres Metro Tangerang Kota, misalnya, telah memanfaatkan media sosial untuk memberikan akses informasi yang cepat dan akurat kepada masyarakat mengenai layanan kepolisian serta prosedur pengaduan. Dengan langkah ini, transparansi dalam komunikasi semakin diperkuat, yang pada gilirannya membantu meningkatkan citra positif kepolisian di mata publik (Azhari, 2002; Cahyono, 2020; Handayani et al., n.d.).

Transparansi dan interaksi publik menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan terhadap kepolisian. Masyarakat lebih cenderung menaruh kepercayaan pada institusi yang terbuka terhadap aspirasi mereka serta responsif terhadap berbagai isu yang muncul. Pemanfaatan media sosial memungkinkan kepolisian untuk menunjukkan komitmen terhadap pelayanan publik secara lebih nyata, sekaligus memberikan respons proaktif terhadap berbagai permasalahan yang berkembang di masyarakat (Aidil Akbar 2025; Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019).

Dalam praktiknya, akun media sosial resmi kepolisian berperan sebagai saluran utama dalam memberikan informasi yang akurat dan terkini. Melalui konten informatif serta edukatif, kepolisian dapat mengurangi penyebaran misinformasi yang kerap terjadi di ruang digital. Dengan demikian, strategi komunikasi berbasis media sosial tidak hanya berfungsi untuk membangun citra positif, tetapi juga menjadi alat penting dalam menangkal disinformasi di tengah masyarakat (Sani, 2018).

Salah satu contoh konkret dari strategi ini adalah penggunaan media sosial oleh Polres Metro Tangerang Kota. Platform seperti Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi serta interaksi dengan masyarakat. Dengan menghadirkan konten yang terencana dan responsif, Polres Metro Tangerang Kota berupaya meningkatkan transparansi serta akuntabilitas, yang pada akhirnya memperkuat hubungan dengan publik dan membangun citra positif institusi kepolisian (Eka Putri dan Arsyilla 2024; Muhammad 2023).

Penggunaan media sosial yang efektif oleh institusi kepolisian, seperti akun @polresmetrotangerangkota, menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat serta memperkuat kepercayaan publik. Platform ini memungkinkan kepolisian

untuk menyampaikan informasi secara transparan dan interaktif, baik dalam konteks penyebaran informasi layanan kepolisian maupun upaya pencegahan kriminalitas. Selain itu, pendekatan komunikasi yang konsisten juga berperan penting dalam memperkuat citra kepolisian di mata masyarakat (Holipiah, Hamidah, dan Hamandia 2024).

Sebagai bagian dari strategi komunikasi digital, akun Instagram @polresmetrotangerangkota memainkan peran dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat. Melalui pendekatan yang berbasis interaksi, kepolisian tidak hanya menyebarkan informasi terkait kegiatan mereka, tetapi juga memberikan edukasi serta merespons pertanyaan publik. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi satu arah, melainkan juga menciptakan ruang dialog antara institusi kepolisian dan masyarakat (Adolph, 2016; Muhammad, 2023).

Transformasi digital yang terus berkembang telah mendorong kepolisian, termasuk Polri, untuk mengadopsi teknologi dalam membangun kepercayaan publik. Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo menegaskan bahwa digitalisasi komunikasi kepolisian menjadi kunci dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Dalam konteks ini, penerapan model komunikasi berbasis media sosial, seperti *The Circular Model of SoMe*, menawarkan pendekatan strategis dalam mengelola komunikasi kepolisian secara lebih efektif (Naibaho, 2024).

Model komunikasi ini, yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, terdiri dari empat tahapan utama: *share, optimize, manage, dan engage*. Setiap tahapan dirancang untuk memperkuat hubungan antara kepolisian dan masyarakat dengan pendekatan komunikasi yang lebih interaktif dan strategis (Pramudya, Darsono dan Risdayah 2024; Qurniawati, Mardani, dan Wulandari 2024; Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019).

Polres Metro Tangerang Kota telah mengimplementasikan strategi ini dalam pengelolaan akun media sosial mereka. Dengan memanfaatkan empat tahap utama dalam model ini yaitu *share, optimize, manage, dan engage*. Maka kepolisian dapat menciptakan ruang komunikasi yang lebih efektif serta membangun keterlibatan yang lebih erat dengan masyarakat. Langkah ini juga memungkinkan kepolisian untuk merespons isu-isu yang berkembang secara cepat dan akurat, sehingga kepercayaan publik terhadap institusi ini dapat terus diperkuat (Gregorius Hirda Gumalanis, 2023; Muhammad, 2023).

Dalam konteks yang lebih luas, penerapan model komunikasi digital ini semakin relevan dengan kebutuhan komunikasi publik di era media sosial. Model ini memberikan kerangka kerja yang dapat membantu organisasi dalam merancang strategi komunikasi berbasis digital yang lebih efektif dan berkelanjutan (Pramudya, Darsono dan Risdayah 2024; Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019).

Tahapan pertama dalam model ini, yaitu *share*, berfokus pada bagaimana suatu institusi dapat memahami pola interaksi audiens mereka di media sosial. Dengan memahami pola tersebut, kepolisian dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih terarah sesuai

dengan kebutuhan masyarakat (Linda, Nurfauzi dan Amalin 2024; Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019).

Selanjutnya, tahap *optimize* bertujuan untuk meningkatkan efektivitas interaksi media sosial (Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019). Optimalisasi ini melibatkan analisis konten yang paling diminati oleh audiens, sehingga komunikasi dapat berjalan lebih efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas (Herdiansyah, Anugrah dan Ma'arif 2023).

Pada tahap *manage*, fokus utama adalah pengelolaan sistem komunikasi digital yang lebih baik, termasuk pemantauan media sosial dan respons cepat terhadap isu-isu yang berkembang. Dengan manajemen yang lebih baik, kepolisian dapat menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan kepada publik (Herdiansyah, Anugrah dan Ma'arif 2023; Wasono Adi dan Handini Prabawati 2019).

Terakhir, tahap *engage* bertujuan untuk membangun keterlibatan yang lebih kuat dengan audiens, baik melalui interaksi langsung di media sosial maupun kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk influencer. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepolisian di berbagai daerah telah menerapkan model ini dalam strategi komunikasi digital mereka, yang berkontribusi pada peningkatan keterlibatan publik serta penguatan citra institusi kepolisian (Pramudya, Darsono dan Risdayah 2024).

Penelitian mengenai *Cyber Public Relations* telah banyak dilakukan untuk memahami bagaimana institusi publik membangun citra dan meningkatkan kepercayaan melalui komunikasi digital. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Laela Anjelina (2022) meneliti pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam membangun citra Kepolisian Resor (Polres) Indramayu dengan menggunakan analisis deskriptif terhadap *website* tribratanewspolresindramayu.com serta media sosial Seksi Humas Polres Indramayu. Studi ini menekankan bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan dapat memengaruhi persepsi publik terhadap institusi kepolisian (Ummah, 2019). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz Maarif (2020) juga membahas pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam membentuk citra kepolisian, dengan menyoroti peran media sosial sebagai sarana komunikasi yang transparan dan interaktif (Sakinah, Eif dan Cholidah 2020). Berdasarkan kajian tersebut, penelitian ini berfokus pada identifikasi strategi pengelolaan akun Instagram [@polresmetrotangerangkota](https://www.instagram.com/polresmetrotangerangkota) dalam meningkatkan kepercayaan publik dengan mengacu pada konsep *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Model ini terdiri dari empat tahap utama, yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, yang masing-masing akan dianalisis untuk memahami efektivitas komunikasi digital yang diterapkan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai strategi pengelolaan media sosial yang optimal dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

Beberapa studi sebelumnya menyoroti penggunaan media sosial dalam strategi komunikasi polisi. Ini disorot dalam strategi komunikasi kepolisian, seperti studi tentang peran hubungan masyarakat di polisi kota mMetro Tangerang dalam memberikan informasi media

sosial yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis bagaimana polisi metro dari Kota Tangerang menggunakan ekspansi informasi dan pengembangan kepercayaan publik meskipun ada berbagai tantangan (Muhammad, 2023). Selain itu, penelitian tentang implementasi manajemen pekerjaan umum di Kantor Polisi Metro di Kota Tangerang telah menyelidiki implementasi program PR dengan menyoroti peran media sosial dalam meningkatkan kepolisian dan kewajiban untuk menggambarkan (Asyifa Lanafillah Nafis, 2022). Studi lain, Strategi Komunikasi Digital Polres Metro Tangerang Kota, meneliti bagaimana akun media sosial kepolisian dapat digunakan untuk membangun kepercayaan publik, dengan temuan bahwa strategi komunikasi yang terstruktur mampu meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat (Muhammad, 2023). Penelitian penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai efektivitas pengelolaan akun media sosial oleh kepolisian, sekaligus mengisi kekosongan dalam literatur yang belum banyak.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam penerapan *The Circular Model of SoMe for Social Communication* dalam konteks komunikasi kepolisian di Indonesia, khususnya dalam membangun kepercayaan publik melalui media sosial. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas komunikasi satu arah atau sekadar penyebaran informasi, penelitian ini menyoroti bagaimana akun @polresmetrotangerangkota mengelola interaksi digital secara strategis melalui tahapan *share, optimize, manage, dan engage*. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam mengukur keterlibatan publik tidak hanya dari jumlah unggahan tetapi juga dari respons audiens, seperti komentar, pesan langsung, serta partisipasi dalam program interaktif. Dengan pendekatan ini, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam kajian *cyber public relations*, khususnya dalam optimalisasi media sosial sebagai alat komunikasi dua arah yang efektif bagi kepolisian dalam membangun transparansi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini berargumen bahwa di era digital, transparansi dan keterlibatan publik merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan terhadap institusi kepolisian. Masyarakat lebih cenderung mempercayai institusi yang tidak hanya menyampaikan informasi secara terbuka, tetapi juga aktif berinteraksi dan merespons kebutuhan publik. Dengan menerapkan *The Circular Model of SoMe for Social Communication*, kepolisian dapat mengelola komunikasi digital secara lebih strategis melalui tahapan *share, optimize, manage, dan engage*, sehingga tidak hanya menjadi penyampai informasi tetapi juga aktor yang aktif dalam diskusi publik. Studi ini menunjukkan bahwa akun @polresmetrotangerangkota telah berhasil membangun komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat melalui pemanfaatan fitur interaktif media sosial, respons cepat terhadap pertanyaan publik, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi digital berbasis model *SoMe* dapat menjadi pendekatan yang efektif bagi kepolisian dalam meningkatkan transparansi, membangun kredibilitas, serta memperkuat hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, akun Instagram @polresmetrotangerangkota menunjukkan tingkat interaksi yang cukup tinggi, dengan rata-rata *engagement rate* mencapai 10%. Angka ini mengindikasikan adanya keterlibatan aktif dari masyarakat terhadap setiap konten yang dipublikasikan. Tingginya *engagement* ini mencerminkan efektivitas strategi komunikasi dua arah yang dijalankan oleh pihak kepolisian dalam membangun kedekatan, responsivitas, dan kepercayaan publik melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada implementasi pengelolaan akun @polresmetrotangerangkota dalam meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian ini menganalisis bagaimana akun tersebut membagikan konten kepada publik (*share*) sebagai upaya membangun kepercayaan masyarakat, serta mengoptimalkan pesan (*optimize*) dalam komunikasi digital. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji pengelolaan informasi (*manage*) dalam strategi *Cyber Public Relations*, serta keterlibatan publik (*engage*) dalam pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi kepolisian untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat.

KAJIAN TEORI

The Circular Model of SoMe for Social Communication

Penelitian ini mengadopsi *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell sebagai kerangka analisis utama dalam mengeksplorasi strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun @polresmetrotangerangkota. Model ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, yang masing-masing berperan dalam membentuk komunikasi yang efektif dengan audiens melalui platform media sosial. Setiap tahap dalam model ini memiliki fungsi spesifik dalam mengoptimalkan interaksi digital guna memperkuat keterlibatan publik serta meningkatkan efektivitas penyampaian informasi (Alexander, Safitri dan Anindhita 2022; Qurniawati, Mardani dan Wulandari 2024).(L. Regina, 2014).

Cyber Public Relations

Cyber Public Relations (CPR) merupakan strategi komunikasi yang mengandalkan media digital untuk membangun serta mempertahankan hubungan antara organisasi dan publiknya (Ghozian El Shidqi, 2022; Husna, n.d.). Di era digital saat ini, media sosial berperan sebagai sarana utama dalam implementasi CPR karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi dengan cepat, transparan, serta memungkinkan interaksi yang lebih luas antara organisasi dan audiensnya (Yananingtyas dan Irwansyah 2020). Dalam lingkup kepolisian, pemanfaatan media sosial menjadi krusial dalam memperkuat transparansi komunikasi institusional dan membangun kepercayaan publik. CPR juga dapat diartikan sebagai kegiatan kehumasan yang memanfaatkan media elektronik berbasis internet sebagai sarana utama (Husna, n.d.). Melalui internet, media sosial, serta berbagai platform digital lainnya, CPR digunakan untuk mengelola citra, membangun reputasi, serta menjaga hubungan yang baik antara organisasi dan masyarakat (Sherin, 2024).

Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian dapat ditingkatkan melalui komunikasi yang transparan dan partisipatif, di mana media sosial memberikan kesempatan bagi kepolisian untuk menyampaikan informasi secara langsung, merespons isu dengan cepat, serta menunjukkan keterbukaan dalam menangani berbagai permasalahan masyarakat (Suryasuciramadhan et al., 2024). Komunikasi yang efektif antara kepolisian dan masyarakat berperan penting dalam membangun kepercayaan serta menciptakan kerja sama yang harmonis. Sebagai institusi penegak hukum, Polri perlu mengelola komunikasi publik secara responsif dan transparan dengan memberikan informasi yang akurat serta memastikan setiap pesan yang disampaikan telah ditinjau secara cermat (Ibrahim, Golose dan Imran 2025). Keterbukaan dalam komunikasi menjadi faktor utama dalam meningkatkan transparansi kepolisian, yang pada akhirnya berkontribusi pada penguatan kepercayaan publik terhadap institusi tersebut (Intan Fadilah Nasution et al. 2024; Rahmat dan Cangara 2024). Dengan memberikan akses langsung kepada media untuk bertanya dan mendapatkan informasi, kepolisian dapat membangun kepercayaan publik dan menunjukkan komitmen mereka untuk beroperasi secara terbuka dan bertanggung jawab (Suryasuci Ramadhan et al. 2024).

Dengan menggunakan model ini, penelitian ini akan menganalisis bagaimana akun @polresmetrotangerangkota mengimplementasikan strategi komunikasi digital dalam meningkatkan kepercayaan publik. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada literatur *Cyber Public Relations*, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi institusi kepolisian dalam mengelola komunikasi digital yang lebih transparan, interaktif, dan berdampak positif bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam, menjelaskan, serta menguraikan suatu permasalahan dengan menganalisis kelompok atau peristiwa secara menyeluruh (Zalukhu, Golung dan Rondonuwu n.d.). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata atau pernyataan yang mencerminkan kondisi nyata, diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumentasi pribadi, serta berbagai bentuk catatan lainnya (Wulandari, 2013). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, dan motivasi mereka dalam konteks yang alami. Metode ini menitikberatkan pada penggunaan berbagai teknik observasi langsung dan pendekatan berbasis bahasa guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif (Qotrun, n.d.).

Sejalan dengan pendekatan tersebut, penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana akun Instagram @polresmetrotangerangkota dikelola dalam upaya membangun kepercayaan publik. Fokus utama penelitian ini adalah strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun tersebut, dengan mengacu pada *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell.

Model ini mencakup empat tahapan utama, yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, yang dianalisis untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi digital yang digunakan oleh kepolisian dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Untuk memperoleh data yang mendalam dan komprehensif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam sebagai teknik utama pengumpulan data. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk dapat memperoleh informasi secara lisan melalui interaksi langsung dengan informan. Menurut Dr. Marwah Daud Ibrahim, wawancara mendalam bertujuan untuk mendapatkan keterangan yang lebih akurat mengenai suatu permasalahan penelitian, sehingga perspektif dan pengalaman narasumber dapat dipahami dengan lebih baik.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposif dengan kriteria sebagai berikut: (1) merupakan personel aktif yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun Instagram @polresmetrotangerangkota, seperti anggota tim Humas atau admin media sosial; dan (2) memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam menjalankan tugas kehumasan digital di lingkungan Polres Metro Tangerang Kota. Pemilihan informan ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan dari sudut pandang praktisi internal

Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber utama, yaitu pengelola akun media sosial @polresmetrotangerangkota untuk memahami strategi dan pengelolaan konten, Seksi Humas Polres Metro Tangerang Kota untuk memperoleh perspektif akademis dan praktis mengenai pengelolaan komunikasi publik yang efektif, serta masyarakat sebagai audiens akun tersebut untuk menilai sejauh mana kepercayaan publik meningkat melalui konten yang disajikan. Selain wawancara, penelitian ini juga melibatkan observasi dokumen dengan menganalisis konten yang telah dipublikasikan oleh akun @polresmetrotangerangkota dalam kaitannya dengan keempat tahapan model komunikasi dari konsep *The Circular of SoMe for social Communications*. Pola interaksi dan respons yang muncul dikolom komentar juga diamati guna memahami bagaimana akun ini dalam membangun komunikasi dengan audiensnya.

Untuk memperkuat analisis, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis SWOT guna mengidentifikasi *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) (Raeburn, 2025). Analisis SWOT merupakan alat strategis yang membantu dalam memahami posisi dan efektivitas suatu strategi dengan memetakan keempat elemen utama tersebut. Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan internal (kekuatan & kelemahan) serta lingkungan eksternal (peluang & ancaman) (M. Regina, 2022). Hasil dari pemetaan ini kemudian dirangkum dalam matriks konfrontasi yang memungkinkan perumusan strategi yang lebih efektif berdasarkan kombinasi faktor-faktor dalam analisis SWOT (M. Regina, 2022).

Hubungan antara wawancara, analisis SWOT, dan teori *Circular Model of SoMe for Social Communication* sangat erat dalam penelitian ini. Wawancara akan menjadi sumber utama dalam memahami bagaimana keempat tahapan model *SoMe Social Communication*

diterapkan oleh akun @polresmetrotangerangkota. Analisis SWOT kemudian digunakan untuk mengelompokkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, sehingga dapat diketahui bagaimana pengelolaan komunikasi digital yang diterapkan mampu memperkuat kepercayaan publik atau masih memiliki tantangan tertentu. Model *Circular Model of SoMe for Social Communication* menjadi kerangka utama dalam analisis ini, dimana setiap tahapannya akan dikaji secara mendalam. Pada tahap *Share*, penelitian akan melihat bagaimana akun ini membagikan informasi kepada publik, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Pada tahap *Optimize*, penelitian akan menganalisis bagaimana strategi akun dalam meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens, termasuk pemanfaatan fitur seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan *Live Streaming*. Pada tahap *Manage*, penelitian akan mengevaluasi bagaimana pengelola akun mengelola komentar, pesan langsung (DM), serta interaksi publik lainnya. Terakhir, tahap *Engage* akan mengkaji sejauh mana audiens merespons dan berinteraksi dengan akun, serta bagaimana strategi dalam pengelolaan akun @polresmetrotangerangkota untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi dalam pengelolaan akun Instagram @polresmetrotangerangkota dalam meningkatkan kepercayaan publik. Desain riset yang digunakan adalah studi deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena komunikasi digital yang terjadi pada akun tersebut secara mendalam dan sistematis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami pola komunikasi, interaksi dengan audiens, serta efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh kepolisian.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, dokumentasi, dan analisis media sosial. Observasi konten dilakukan dengan meneliti berbagai unggahan akun @polresmetrotangerangkota, termasuk jenis konten yang dibagikan, keterlibatan publik, serta pola komunikasi yang diterapkan. Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber terkait, termasuk kebijakan komunikasi kepolisian dan literatur pendukung tentang *Cyber Public Relations*. Analisis media sosial dilakukan dengan mengamati indikator keterlibatan publik seperti jumlah *likes*, komentar, *shares*, serta penggunaan fitur Instagram seperti *Stories*, *Reels*, *Live*, dan interaksi melalui pesan langsung (*Direct Message*).

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kualitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola komunikasi digital yang digunakan dalam membangun kepercayaan publik. Data yang dikumpulkan dianalisis berdasarkan konsep *The Circular Model of SoMe for Social Communication* oleh Regina Luttrell, dengan empat tahapan utama: *share* (penyebaran informasi), *optimize* (optimasi jangkauan), *manage* (pengelolaan interaksi), dan *engage* (keterlibatan publik). Hasil analisis ini digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun @polresmetrotangerangkota dalam membangun transparansi dan hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

Melalui penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat menggambarkan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh kepolisian, serta mengidentifikasi peluang perbaikan yang

dapat dilakukan untuk lebih meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi tersebut. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi institusi kepolisian lainnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang lebih transparan, interaktif, dan efektif dalam membangun hubungan dengan masyarakat.

PEMBAHASAN

Polres Metropolitan Tangerang Kota

Kepolisian Resor (Polres) Metro Tangerang Kota merupakan salah satu satuan kewilayahan yang bernaung di bawah Polda Metro Jaya. Polres Metro Tangerang Kota saat ini dipimpin oleh Kapolres Kombes Pol Zain Dwi Nugroho dan Wakapolres AKBP Eko Bagus Riyadi. Seksi Humas Polres Metro Tangerang Kota berperan penting dalam strategi komunikasi publik, khususnya @polresmetrotangerangkota.

Polres Metro Tangerang Kota menggunakan strategi komunikasi digital dalam upaya meningkatkan kepercayaan publik. Pengelolaan akun media sosial dilakukan melalui empat tahapan utama dalam model *SoMe*, yaitu tahap *share* (membagikan) konten informatif, tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan agar lebih efektif, tahap *manage* (mengelola) informasi secara sistematis, dan tahap *engage* (melibatkan) publik melalui interaksi yang aktif. Melalui pendekatan ini, Polres Metro Tangerang Kota berupaya membangun transparansi, kedekatan dengan masyarakat, serta memperkuat citra institusi di ranah digital.

Penelitian ini berfokus pada implementasi pengelolaan akun media sosial @polresmetrotangerangkota dalam meningkatkan kepercayaan publik. Lokasi penelitian berada di Kantor Kepolisian Resor (Polres) Metro Tangerang Kota yang beralamat di Jl. Daan Mogot No.52, RT.004/RW.002, Kelurahan Sukarasa, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis strategi pengelolaan komunikasi digital yang diterapkan oleh Seksi Humas Polres Metro Tangerang Kota dalam membangun citra positif melalui media sosial. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali bagaimana akun resmi tersebut mengelola informasi, berinteraksi dengan publik, serta mengoptimalkan pesan yang disampaikan guna meningkatkan transparansi dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

Tahap *Share* (Membagikan Konten)

Tahap *share* dalam pengelolaan akun @polresmetrotangerangkota bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih erat antara kepolisian dan masyarakat melalui media sosial, khususnya instagram. Dengan memanfaatkan platform Instagram, Polres Metro Tangerang Kota dapat berinteraksi langsung dengan publik dan membagikan berbagai informasi terkait keamanan dan ketertiban masyarakat (kamtibmas).

Konten yang dibagikan pada akun Instagram @polresmetrotagerangkota mencakup informasi mengenai tindak kriminalitas, himbauan kepada masyarakat, pengungkapan kasus, serta berbagai kegiatan positif yang dilakukan oleh personel kepolisian. Selain itu, akun ini

juga mempublikasikan layanan kepolisian, sosialisasi kebijakan, serta partisipasi kepolisian dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Model komunikasi yang digunakan dalam interaksi pada akun Instagram @polresmetrotangerangkota adalah komunikasi dua arah, dimana masyarakat dapat memberikan masukan, menyampaikan pertanyaan, serta mendapatkan respons langsung dari pihak kepolisian.

Keberhasilan strategi ini dapat dilihat dari meningkatnya interaksi antara masyarakat dengan kepolisian, serta minimnya penyebaran berita *hoaks* di wilayah hukum Polres Metro Tangerang Kota. Dengan adanya transparansi dalam pengungkapan kasus dan penyampaian informasi yang cepat serta akurat, sehingga masyarakat merasa lebih percaya terhadap institusi kepolisian.

Tahap *Optimize* (Mengoptimalkan Konten)

Pada tahap *optimize*, akun Instagram @polresmetrotangerangkota mengelola kontennya dengan memperhatikan tren dan kebutuhan informasi publik. Konten yang dibagikan mencakup informasi terkini (*breaking news*) maupun isu-isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat (*hot topic*). Informasi tersebut dipublikasikan melalui berbagai format, seperti Instagram *Stories*, *Feeds*, dan *Reels*, untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan masyarakat.

Setiap konten yang diposting tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyertakan himbauan dan edukasi kepada masyarakat. Misalnya, dalam kasus kriminalitas, akun @polresmetrotangerangkota tidak hanya melaporkan peristiwa yang terjadi tetapi juga memberikan tips dan langkah-langkah preventif yang dapat diambil oleh masyarakat untuk menghindari tindak kejahatan.

Perencanaan konten dilakukan dengan mempertimbangkan tema tertentu yang relevan dengan situasi kamtibmas dan momen penting, seperti hari-hari besar nasional. Selain itu, kritik dan saran dari masyarakat dikumpulkan melalui *Direct Message* (DM), komentar, *mention*, dan *hashtag* untuk meningkatkan kualitas konten yang diunggah.

Dalam pengelolaan konten, terdapat tim khusus yang bertanggung jawab atas pembuatan dan penyebaran informasi. Tim ini memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan telah melalui proses verifikasi dan sesuai dengan standar komunikasi publik yang ditetapkan oleh kepolisian.

Tahap *Manage* (Mengelola Informasi dan Interaksi)

Tahap *manage* berfokus pada pengelolaan informasi dan interaksi antara kepolisian dan masyarakat. Pemantauan konten yang diposting dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi efektivitasnya dalam membangun kepercayaan publik. Evaluasi ini dilakukan dengan menganalisis *traffic* pengunjung, jumlah *like*, komentar, serta tingkat keterlibatan (*engagement rate*) dari setiap postingan pada akun @polresmetrotangerangkota.

Akun Instagram @polresmetrotangerangkota memiliki tingkat keterlibatan yang cukup tinggi, dengan rata-rata *engagement rate* mencapai 10%, yang menunjukkan tingginya interaksi masyarakat terhadap konten yang dipublikasikan. Selain itu, pemantauan akun dilakukan secara aktif, termasuk diluar jam kerja, untuk memastikan respons cepat terhadap pesan atau keluhan yang masuk melalui *Direct Message* (DM).

Untuk meningkatkan keterlibatan publik, Polres Metro Tangerang Kota juga memanfaatkan fitur *live streaming*, seperti dalam konferensi pers yang disiarkan melalui Instagram *Live*. Rekaman siaran langsung ini kemudian diunggah kembali agar dapat diakses oleh masyarakat yang tidak sempat menonton secara langsung.

Tahap Engage (Melibatkan Publik dan Kolaborasi)

Tahap *engage* merupakan langkah strategis dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan pihak eksternal. Polres Metro Tangerang Kota telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan keterlibatan publik, salah satunya melalui kerja sama dengan influencer dalam kegiatan sosialisasi kebijakan dan edukasi publik. Influencer yang pernah bekerja sama dengan Polres Metro Tangerang Kota antara lain Tiara Andini, Madun Oseng, dan Denny Creator, yang membantu menyebarkan informasi kepolisian dengan cara yang lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat.

Selain melalui media sosial, Polres Metro Tangerang Kota juga secara rutin mengadakan kegiatan publik, seperti “*Ngopi Kamtibmas*” dan “*Jumat Curhat*”, yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk berdiskusi langsung dengan pihak kepolisian. Program ini bertujuan untuk mendengar aspirasi masyarakat, memberikan pemahaman mengenai kebijakan kepolisian, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan akun @polresmetrotangerangkota berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian melalui strategi komunikasi digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan *The Circular Model of SoMe for Social Communication* dengan empat tahapan *share, optimize, manage, dan engage* berhasil membangun transparansi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Hasil penelitian ini memberikan jawaban atas tujuan penelitian bahwa penggunaan strategi komunikasi berbasis media sosial dapat meningkatkan keterbukaan informasi, membangun kredibilitas, serta memperkuat hubungan antara kepolisian dan masyarakat. Akun ini secara aktif membagikan informasi yang relevan, mengoptimalkan konten untuk menjangkau lebih banyak audiens, mengelola interaksi publik secara efektif, serta melibatkan masyarakat melalui program interaktif dan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial yang strategis tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan publik secara lebih efektif.

Sebagai tindak lanjut dari penelitian ini, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan dalam kaitannya dengan konsep penelitian berikutnya. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh institusi kepolisian di berbagai platform media sosial lainnya, seperti TikTok, Twitter, atau YouTube, guna melihat apakah terdapat perbedaan dalam pola keterlibatan publik di setiap platform. Selain itu, kajian lebih lanjut juga dapat dilakukan dengan membandingkan strategi komunikasi media sosial yang diterapkan oleh kepolisian dengan institusi lain, baik dari sektor publik maupun swasta, untuk menemukan pola komunikasi yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Dari segi metodologi, studi mendatang dapat menggunakan pendekatan campuran atau *mixed-method* dengan menambahkan analisis kuantitatif guna mengukur dampak komunikasi digital terhadap tingkat kepercayaan publik secara lebih objektif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan analisis sentimen publik berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat merespons strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh kepolisian.

Secara praktis, Polres Metro Tangerang Kota disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi digitalnya dengan mengikuti perkembangan tren media sosial yang terus berubah dan semakin interaktif. Upaya peningkatan interaksi dua arah dengan masyarakat juga perlu diperkuat agar komunikasi yang terjalin tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga lebih partisipatif. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti komunitas, akademisi, dan tokoh publik, dapat diperluas guna memperkuat keterlibatan masyarakat dalam program komunikasi kepolisian. Dengan adanya inovasi yang berkelanjutan dalam strategi komunikasi digital, diharapkan kepolisian dapat semakin memperkuat transparansi, kredibilitas, serta membangun hubungan yang lebih harmonis dengan masyarakat di era digital ini.

Selain itu, disarankan agar Polres Metro Tangerang Kota mengembangkan pedoman komunikasi digital yang terstandarisasi sebagai acuan bagi seluruh personel humas dalam mengelola konten media sosial secara konsisten dan profesional. Pelatihan berkala mengenai literasi digital, etika bermedia sosial, serta pemanfaatan fitur-fitur terbaru Instagram juga perlu dilakukan untuk dapat memastikan adaptasi terhadap perkembangan platform digital. Kepolisian juga dapat membentuk tim analisis media sosial guna memantau tren, mengevaluasi respons publik, serta menyusun strategi komunikasi yang lebih responsif dan data-driven.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Brk Kendari. (2025). *Strategi Komunikasi Kepolisian Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Brk Kendari. <https://Brkkendari.Com/2025/02/Strategi-Komunikasi-Kepolisian-Dalam-Meningkatkan-Kepercayaan-Masyarakat/>
- Adolph, R. (2016). *Strategi Humas Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Untuk Meningkatkan Citra Di Polda Metro Jaya*. 2(2015), 1–23.
- Aidil Akbar. (2025). *Pimpin Sosialisasi Pengelolaan Penggunaan Media Sosial, Kabid Humas Minta Keaktifan Personel Dalam Penggunaan Medsos*. Tribata News. <https://Tribatanews.Babel.Polri.Go.Id/2025/01/14/Pimpin-Sosialisasi-Pengelolaan-Penggunaan-Media-Sosial-Kabid-Humas-Minta-Keaktifan-Personel-Dalam-Penggunaan-Medsos/>
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). 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>
- Asyifa Lanafillah Nafis. (2022). *Implementasi Manajemen Public Relations Polres Metro Tangerang Kota Dalam Pengelolaan Media*. Mecubuana Univercity Institutional Repository. <https://Repository.Mercubuana.Ac.Id/71908/>
- Azhari, S. (2002). *Fungsi Pelayanan Kepolisian Negara Republik Indonesia Kepada Masyarakat (Telaah Terhadap Undang-Undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002)*.
- Balai, A. B. T. (2025). *Peran Komunikasi Kepolisian Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat*. Brk Tanjung Balai. <https://Brktanjungbalai.Com/2025/02/Peran-Komunikasi-Kepolisian-Dalam-Membangun-Kepercayaan-Masyarakat/>
- Cahyono, E. A. (2020). Optimalisasi Sumber Daya Manusia Kepolisian Republik Indonesia Dalam Peningkatan Peluasan Publik Di Kepolisian Resor Gresik. *Airlangga Development Journal*, 1(1), 11. <https://Doi.Org/10.20473/Adj.V1i1.18007>
- Earlinda, C. D., & Nugrahani, R. U. (2023). *Aktivitas Pengelolaan Akun Media Sosial @Ptpertaminapatraniaga Sebagai Media Informasi*. Journal Of Communication, Business And Social Science. <https://Journals.Telkomuniversity.Ac.Id/Jcobs/Article/View/6817>
- Eka Putri, C., & Arsyilla, N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Divisihumaspolri Sebagai Media Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Cyber Pr*, 4(1), 69–81. <https://Journal.Moestopo.Ac.Id/Index.Php/Cyberpr>
- Ghozian El Shidqi. (2022). *Pengaruh Cyber Public Relations Terhadap Citra Pondok Pesantren Daar El Manshur*. Repository Universitas Muhammadiyah Jakarta. <https://Repository.Umj.Ac.Id/12624/>
- Gregorius Hirda Gumalanis. (2023). *Strategi Media Relations Humas Polres Metro Tangerang Kota Untuk Membangun Citra Positif Pada Media*. Repository Universitas Esa Unggul. <https://Digilib.Esaungul.Ac.Id/Strategi-Media-Relations-Humas-Polres-Metro-Tangerang-Kota-Untuk-Membangun-Citra-Positif-Pada-Media-30766.Html>
- Handayani, W., Arlan, A. S., & Fajar Noorrahman, M. (N.D.). *Kualitas Pelayanan Kepolisian Terhadap Pengaduan Masyarakat Di Kepolisian Sektor Danau Panggang Resor Hulu Sungai Utara*. 317–323.
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.

- <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Herdiansyah, R. W., Anugrah, D., & Ma'arif, A. A. (2023). Pengelolaan Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image @Smallbantarujeg. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 8(1), 23–42. <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.29852>
- Holipiah, N., Hamidah, H., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Komunikasi Humas Polda Sumsel Dalam Meningkatkan Citra Positif Kepolisian Daerah Sumatera Selatan Melalui Instagram @Polisi_Sumsel. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2488>
- Husna, N. (N.D.). *Cyber Public Relations*. Binus University Malang. Retrieved March 10, 2025, from <https://binus.ac.id/malang/2018/07/cyber-public-relations/>
- Ibrahim, S. M., Golose, P. R., & Imran, M. F. (2025). *Strategi Komunikasi Polri Di Media Sosial : Studi Kasus Manajemen Reputasi Oleh Divisi Hubungan Masyarakat*. 9(1), 222–230.
- Intan Fadilah Nasution, Salwa Azzahrah, Eka Resmawati, Aura Islamyazizah, & Tugimin Supriyadi. (2024). Peran Keterbukaan Komunikasi Dalam Membangun Budaya Organisasi Untuk Meningkatkan Citra Diri Kepolisian. *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(3), 303–315. <https://doi.org/10.61132/observasi.v2i3.518>
- Jati, M. I. (2019). Manajemen Media Sebagai Intervensi Dalam Menanggulangi Isu Provokatif Di Medsos. *Jurnal Ilmu Kepolisian*, 13(1), 14. <https://doi.org/10.35879/jik.v13i1.106>
- Linda, Nurfauzi, K. R., & Amalin, K. (2024). Circular Model Of Some Dalam Komunikasi Korporasi Mylk Di Media Sosial Instagram. *Analogi Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 32–47. <https://doi.org/10.61902/analogi.v2i2.1026>
- Man. (2025). *Transformasi Digital Dan Teknologi Bagi Kepolisian Strategi Apakah Untuk Saat Ini Serta Masa Depan*. Polisi Indonesia. <https://polisiindonesia.id/2025/02/17/transformasi-digital-dan-teknologi-bagi-kepolisian-strategi-apaakah-untuk-saat-ini-serta-masa-depan/>
- Muhammad, F. (2023). *Peran Humas Polres Metro Tangerang Kota*. 1(2), 1112–1117.
- Naibaho, R. (2024). *Kapolri Beberkan Transformasi Digital Di Polri: Respons Cepat Aduan Publik*. Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-7442992/kapolri-beberkan-transformasi-digital-di-polri-respons-cepat-aduan-publik>
- Narda, A. (2024). *Aktivitas Digital Public Relations Pada Media Sosial Instagram @Sekitarbandungcom : Studi Deskriptif Kualitatif Pada Perusahaan Media Sekitar Bandung*. Digital Library Uin Sunan Gunung Jati. <https://digilib.uinsgd.ac.id/94760/>
- Pramudya, D. A., Darsono, D., & Risdayah, E. (2024). Implementasi Cyber Public Relations Pada Media Sosial Instagram Polres Bogor. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 7(3), 245–264. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i3.23586>
- Qotrun. (N.D.). *Penelitian Kualitatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Tujuan, Jenis, Dan Prosedurnya*. Gramedia Blog. Retrieved March 10, 2025, from <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-kualitatif/>
- Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). The Circular Model Of “Some” On Digital Public Relations Management Of Universitas Islam Riau. *Profesi Humas*, 8(2), 216. <https://doi.org/10.24198/prh.v8i2.49088>
- Raeburn, A. (2025). *Analisis Swot: Arti Dan Cara Menggunakannya (Beserta Contoh)*. Asana. <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>
- Rahmat, M., & Cangara, H. (2024). Analysis Of Citizen Acceptance In Police Services: A

- Perspective From The Acceptance Theory. *Jurnal Badati*, 6(1).
<https://www.ojs.ukim.ac.id/index.php/badati/article/view/1211>
<https://www.ojs.ukim.ac.id/index.php/badati/article/download/1211/870>
- Regina, L. (2014). How To Engage, Share, And Connect. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 8(1), 243.
- Regina, M. (2022). Analisa Swot Akun Instagram @ Jadesta . Official Sebagai Media Promosi Desa Wisata Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi ...*, 3, 13–21. <https://jurnal.uns.ac.id/impresi/article/download/65749/37550>
- Sakinah, M., Eif, D., & Cholidah, L. I. (2020). Pengelolaan Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(1), 101–120. <https://doi.org/10.15575/reputation.v2i1.53>
- Sani, A. (2018). Pengembangan Model Revitalisasi Akun Media Sosial Resmi Di Lingkungan Kepolisian Daerah (Polda) Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(11), 904–906.
- Sherin, N. (2024). *Apa Itu Digital Public Relations: Bagaimana Memahami Dan Cara Kerjanya*. Digital Pr. <https://bdpr.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-digital-public-relations/>
- Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Sari, N. J., Putri, S. T., Saputra, R. E., & Relations, M. (2024). *Peran Media Relations Dalam Meningkatkan Reputasi Institusi Kepolisian*. 7(1).
- Ummah, M. S. (2019). Pengelolaan Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Kepolisian Resor (Polres) Indramayu: Analisis Deskriptif Pada Website tribatanewspolresindramayu.com Dan Media Sosial Seksi Hubungan Masyarakat Polres Indramayu. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=Y>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>
https://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Wasono Adi, & Handini Prabawati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (Kophi) Sebagai Media Publikasi Kegiatan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 160–176. <https://doi.org/10.21009/communicology.012.05>
- Wulandari, D. P. (2013). *Fenomena Penggunaan Susuk Pada Profesi Jaged Dalam Seni Tayub Di Kecamatan Jupon Kabupaten Blora Jawa Tengah*. Eprints Uny. <https://eprints.uny.ac.id/24791/>
- Yananingtyas, H. Z., & Irwansyah. (2020). Cyber Public Relation Melalui Microblogging Dalam Menjaga Citra Pemprov Dki Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 199–212. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7456>
- Zalukhu, M., Golung, A. M., & Rondonuwu, S. (N.D.). *Analisis Faktor-Faktor Dalam Pengembangan Koleksi Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Bagi Mahasiswa Di Upt. Perpustakaan Universitas Katolik De La Salle*.