

Pengelolaan Akun Instagram dalam meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian

Veni Novalsa Rizkiawati, Dadan Mulyana*

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

veninivalsarizkia13@gmail.com, dadan.mulyana@gmail.com

Abstract. This study aims to investigate the role of Public Relations carried out by the Public Relations Division of Polrestabes Bandung in enhancing the image of the police institution. Focusing on the management of the Instagram account @polrestabesbandung as the primary communication tool, this research examines the communication strategies employed. A qualitative research method is used with a case study approach. The theories applied include new media and constructivism paradigms. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. This study is expected to provide in-depth insights into the police institution's efforts to strengthen their image through social media platforms. The findings of this research are anticipated to offer valuable contributions to public relations practitioners as well as researchers in the fields of communication and law enforcement. The informants in this study consist of several key individuals involved in managing the Instagram account @polrestabesbandung. The informants include AKP Nurindah Murdiani, S.H as the Head of Public Relations, Bripta Handi Gustriana as the Paur Min, and Bripta Akhmal Akhmad G as a member of the Paur Subsidi PIDM. The researcher concludes that Instagram has a broad reach, making it an effective platform for conveying or sharing posts through the @polrestabesbandung account. The management steps taken in handling the Instagram account of Polrestabes Bandung have been proven to have a positive impact on improving the institution's image. Through well-planned communication strategies, such as presenting informative, humanistic, and interactive content, the account has successfully strengthened the relationship between the police and the community.

Keywords: *Case Study, Image, Instagram.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk untuk menginvestigasi peran Public Relations yang dilakukan oleh Humas Polrestabes Bandung dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian. Dengan berfokus pada pengelolaan akun Instagram @polrestabesbandung sebagai alat utama komunikasi, penelitian ini memperhatikan strategi komunikasi yang digunakan. Metode penelitian kualitatif digunakan dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan adalah new media dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang upaya lembaga kepolisian dalam memperkuat citra mereka melalui platform media sosial. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi praktisi humas serta peneliti di bidang komunikasi dan kepolisian. Informan pada penelitian ini terdiri dari beberapa pihak yang berperan penting dalam pengelolaan akun Instagram @polrestabesbandung. Para informan adalah AKP Nurindah Murdiani, S.H sebagai Kasi Humas, Bripta Handi Gustriana sebagai Paur Min, dan Bripta Akhmal Akhmad G sebagai anggota dari Paur Subsidi PIDM. Peneliti menyimpulkan bahwa Instagram mempunyai jangkauan yang besar sehingga mudah untuk menyampaikan atau membagikan postingan melalui akun Instagram @polrestabesbandung. Langkah-langkah pengelolaan akun Instagram Polrestabes Bandung terbukti memberikan pengaruh positif dalam memperbaiki citra institusi. Melalui strategi komunikasi yang matang, seperti penyajian konten yang informatif, humanis, dan interaktif, akun ini berhasil mempererat hubungan antara kepolisian dan masyarakat.

Kata Kunci: *Studi Kasus, Citra, Instagram.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang cepat, terutama dalam era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan kehadiran media sosial sebagai sumber utama informasi bagi masyarakat. Media sosial memungkinkan individu untuk membuat dan mengelola profil publik atau semi-publik, berinteraksi dengan pengguna lain, dan menjelajahi koneksi yang dibuat oleh orang lain dalam sistem tertentu (Henderi, 2007). Kemajuan yang pesat dalam teknologi dan komunikasi informasi telah menghasilkan banyak transformasi. Teknologi saat ini mendorong penyebaran informasi yang cepat, mudah, dan ekonomis. Seperti halnya media sosial yang berperan sebagai sarana untuk mengembangkan informasi, mempromosikan produk dan kegiatan oleh perusahaan atau pemerintahan karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi dengan cepat dan membangkitkan partisipasi masyarakat. Penggunaan media sosial ini telah terbukti membawa dampak yang menguntungkan.

Suryadharma & Susanto (2017) menyatakan bahwa “Beberapa lembaga pemerintah di Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan publik melalui platform situs web resmi mereka. Penerapan panduan penggunaan media sosial di lembaga pemerintah sejak 2012, sesuai dengan regulasi yang tercantum dalam Peraturan Menteri PAN & RB Nomor 83 Tahun 2012, telah mendukung langkah ini.

Menjadikan citra positif bagi perusahaan atau organisasi adalah tujuan utama bagi praktisi humas. Namun, citra ini merupakan sebuah hal yang tidak dapat diukur secara matematis, tetapi lebih bersifat abstrak. Citra tercermin melalui persepsi individu terhadap pikiran, perasaan, dan evaluasi mereka terhadap kinerja, integritas, dan kontribusi sebuah perusahaan atau organisasi dalam masyarakat. Persepsi, penilaian, dan pandangan masyarakat terhadap sebuah perusahaan atau lembaga adalah hal yang dikaitkan dengan citra (Rasyid et al., 2019). Untuk memastikan terciptanya citra yang positif, diperlukan keterlibatan Hubungan Masyarakat dalam membangun, memperkuat, dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap segala aktivitas yang dilakukan oleh badan pemerintah. Kecepatan penyampaian informasi sulit dikontrol serta tingkat anonimitas yang tinggi dapat menciptakan opini leader baru yang berpotensi mempengaruhi pandangan masyarakat. Pengaruh opini ini bisa membawa dampak positif maupun negatif. Opini negatif tentang polisi di media sosial sering kali tercermin dalam berbagai posting, komentar, dan diskusi. Sebagian orang/masyarakat memiliki pengalaman buruk dengan polisi, seperti penyalahgunaan kekuasaan, pelanggaran hak asasi manusia, atau perilaku korupsi. Selain itu sebagian masyarakat juga merasa tidak puas dengan respons polisi terhadap kejahatan atau situasi tertentu, merasa bahwa polisi tidak selalu adil atau efektif dalam penanganan masalah keamanan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Pengelolaan Akun *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian (Studi Kasus Humas Polrestabes Bandung dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian pada Akun *Instagram @polrestabesbandung*)”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah pengelolaan akun *Instagram @polrestabesbandung* dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian; (2) Untuk mengetahui bagaimana pemetaan/monitoring pengelolaan akun *Instagram @polrestabesbandung* dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian; (3) Untuk mengetahui mengapa menggunakan konten sosialisasi untuk membangun citra pada akun *Instagram @polrestabesbandung*.

B. Metode

Peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau peristiwa dalam konteksnya yang alami, dengan menekankan pada pengungkapan makna subjektif dari perspektif individu atau kelompok yang terlibat. Penelitian ini berfokus pada mendeskripsikan, menjelaskan, dan menginterpretasikan fenomena tersebut, serta memahami kompleksitasnya dalam konteks sosial dan budaya di mana fenomena itu terjadi. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis konten, yang memungkinkan peneliti untuk memahami pandangan, sikap, dan perilaku subjek penelitian secara komprehensif.

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah kerangka konseptual dalam penelitian yang menekankan bahwa pengetahuan dibangun secara aktif oleh individu melalui proses konstruksi makna berdasarkan pengalaman, persepsi, dan

interpretasi subjektif mereka terhadap dunia. Ini menekankan bahwa realitas sosial adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya, di mana pengetahuan bersifat relatif dan kontekstual.

Penelitian ini akan menerapkan metode pendekatan studi kasus. Sugiyono (2016: 17) menjelaskan penelitian metode studi kasus merupakan suatu kajian mendalam yang dilakukan oleh seorang peneliti terhadap program, peristiwa, proses, dan aktivitas seseorang atau lebih. Dalam pendekatan studi kasus, peneliti biasanya memanfaatkan beragam teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai kasus yang sedang diteliti. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam guna mengungkap pola, tema, dan hubungan antara variabel-variabel yang relevan dengan kasus tersebut.

Strategi Humas Polrestabes Bandung dalam meningkatkan citra melalui akun *Instagram* @polrestabesbandung menjadi fokus penelitian. Maka dari itu, pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif atas penerapan teori *New Media*. Data yang terkumpul juga akan merefleksikan situasi yang sebenarnya di lapangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengelolaan akun media sosial *Instagram* dapat berkontribusi dalam meningkatkan citra Polrestabes Bandung. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, serta pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan informan, observasi, dan dokumentasi.

Informan pada penelitian ini terdiri dari beberapa pihak yang berperan penting dalam pengelolaan akun *Instagram* @polrestabesbandung. Para informan adalah AKP Nurindah Murdiani, S.H sebagai Kasi Humas, Bripta Handi Gustriana sebagai Paur Min, dan Briptu Akhmal Akhmad G sebagai anggota dari Paur Subsidi PIDM. Setelah melakukan wawancara dengan ketiga narasumber, peneliti mendapatkan data bahwa Humas Polrestabes Bandung memanfaatkan sosial media *Instagram* secara efektif untuk meningkatkan citra Lembaga Kepolisian.

Para informan yang peneliti temui di lapangan memiliki pengalaman kerja yang cukup lama di bidang mereka masing-masing, sehingga data yang diperoleh dari hasil wawancara dapat dianggap kredibel dan terpercaya. Dengan latar belakang keahlian serta pengalaman yang telah mereka bangun selama bertahun-tahun, para informan ini menunjukkan kemampuan yang signifikan dalam pengelolaan media sosial, khususnya *platform Instagram*. Mereka secara konsisten menggunakan strategi komunikasi yang efektif melalui konten informatif dan edukatif untuk mendukung peningkatan citra lembaga kepolisian, menciptakan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga Kepolisian.

Peneliti menyimpulkan bahwa pengelolaan akun *Instagram* @polrestabesbandung oleh Humas Polrestabes Bandung berhasil dalam meningkatkan citra lembaga Kepolisian. Berdasarkan wawancara dengan pihak Humas, mereka telah mengimplementasikan strategi yang cukup terstruktur dalam mengelola konten media sosial. Akun @polrestabesbandung berfokus pada penyampaian informasi yang edukatif, sosialisasi program-program kepolisian, dan pelaporan kegiatan operasional secara transparan. Konten yang diunggah mencakup video, foto, dan infografis yang dirancang untuk menarik perhatian dan memberikan pemahaman yang jelas kepada masyarakat tentang tugas-tugas dan peran kepolisian.

Penelitian ini melakukan wawancara kepada kedua informan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian ini. Lalu melakukan wawancara susulan via zoom meet karena informan tidak dapat ditemui secara langsung. Wawancara pertama dilakukan di Humas Polrestabes Bandung dengan informan AKP Nurindah dan Bripta Handi pada hari Jum'at, 20 Desember 2024 Pukul 13.00 WIB. Lalu wawancara kedua dilakukan dengan Briptu Akhmal via zoom meet pada hari Sabtu, 28 Desember 2024 Pukul 19.01 WIB.



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan AKP Nurindah, Bripka Handi, dan Briptu Akhmal, peneliti menemukan bahwa Humas Polrestabes Bandung memilih *Instagram* sebagai salah satu *platform* utama dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian karena tingginya minat menggunakan aplikasi tersebut di kalangan masyarakat Indonesia.

Humas Polrestabes Bandung telah merealisasikan strategi yang terstruktur dalam pengelolaan akun *Instagram* untuk meningkatkan citra lembaga kepolisian. Berdasarkan wawancara dengan AKP Nurindah selaku Kasi Humas, dan Bripka Handi selaku Paur Min diketahui bahwa:

“Pada intinya di dalam peraturan perkap no 6 ini tahun 2023 bahwa kehumasan di lingkungan Polri diemban oleh seluruh pegawai negeri baik polri maupun pegawai negerinya, jadi semua mengemban di bidang kehumasan, namun dibidang kehumasan ini lebih ada spesifik lagi diemban oleh fungsi humas. Lanjut di jawab oleh pak handi selaku orang yang mengawaki akun sosial media Polrestabes Bandung seperti akun *Instagram*, *Twitter (X)*, *Tik Tok*, dan lainnya.

Menyambung jawaban dari ibu kasi, yang terlibat dalam pengelolaan akun *Instagram* Polrestabes Bandung adalah seksi humas sendiri, bertugas untuk saat ini membagikan informasi atau postingan edukasi, sosialisasi, informatif, kemudian ada juga tim khusus yang ditugaskan untuk membalas pesan pesan melalui direct messenger yaitu tim dari command center, itu tim-tim yang bertugas dalam pengelolaan akun *Instagram* Polrestabes Bandung. Jadi beda divisi, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan itu tim command center, dan yang memberikan informasi atau konten seperti postingan itu dari tim humas, akan tetapi tidak menutup kemungkinan kami pun (humas) akan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.”

Pengelolaan akun *Instagram* @polrestabesbandung dilakukan dengan pendekatan strategis untuk membangun citra positif lembaga kepolisian. Langkah awal dimulai dengan mengacu pada peraturan kapolri Nomor 6 Tahun 2023, yang menjadi panduan dalam melaksanakan tugas kehumasan. Melalui analisis komentar dan pesan dari masyarakat di media sosial, tim Humas mengidentifikasi informasi apa saja yang paling dibutuhkan, seperti panduan pembuatan dokumen resmi atau pemberitahuan kegiatan kepolisian. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam perencanaan

konten, yang dirancang dalam format menarik seperti video, infografis, atau foto. Sebelum dipublikasikan, setiap konten dievaluasi secara ketat untuk memastikan pesan yang disampaikan sesuai, informatif, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Proses unggahan dilakukan secara terarah dengan memilih waktu yang tepat agar pesan yang disampaikan lebih efektif diterima masyarakat. Tim humas bertugas membuat konten, sementara tim *Command Center* menangani respons terhadap pertanyaan atau komentar dari publik. Format video lebih diutamakan karena memiliki daya tarik yang lebih besar dan mampu menyampaikan pesan dengan lebih jelas. Selain itu, akun *Instagram* digunakan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi, baik melalui himbauan, informasi kegiatan kepolisian, maupun pembaruan terkait kasus tertentu.

Evaluasi rutin dilakukan untuk mengukur dampak konten terhadap masyarakat, seperti melihat jumlah tayangan dan interaksi, yang kemudian menjadi bahan masukan untuk penyempurnaan strategi pengelolaan akun. Dalam menghadapi komentar negatif, tim berfokus pada menanggapi pertanyaan yang relevan dan penting, sementara komentar yang bersifat iseng atau tidak substansial diabaikan. Dengan langkah-langkah ini, akun *Instagram* @polrestabesbandung berperan sebagai sarana efektif untuk memperkuat komunikasi dengan masyarakat sekaligus meningkatkan kepercayaan dan citra positif terhadap kepolisian.

Dalam konteks penelitian ini, pengikut *Instagram* @polrestabesbandung terus meningkat, dari 127 ribu pada akhir tahun 2024 menjadi 131 ribu saat ini. Peningkatan ini menandakan bahwa akun *Instagram* Polrestabes Bandung cukup terkenal dan disukai oleh masyarakat, terutama karena konten-konten yang inovatif dan edukatif yang mereka tawarkan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif bagi instansi kepolisian dalam menjalin hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, sekaligus meningkatkan kesadaran publik tentang berbagai isu keamanan dan hukum. Dengan demikian, strategi Polrestabes Bandung dalam meningkatkan citra mereka melalui media sosial tampaknya berhasil.

Strategi Komunikasi @polrestabesbandung

Strategi komunikasi dalam pembuatan konten *Instagram* yang diterapkan oleh @polrestabesbandung memprioritaskan kualitas serta penggunaan bahasa yang menarik untuk menyampaikan pesan kepada pengguna *Instagram*, dengan tujuan agar konten yang dibagikan dapat memberikan dampak positif kepada audiens. Humas Polrestabes Bandung mengutamakan penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasinya.

Fokus utama terletak pada kesederhanaan bahasa, dengan menghindari istilah teknis yang berpotensi membingungkan masyarakat. Pesan-pesan disampaikan dengan kalimat yang ringkas dan jelas agar mudah dipahami oleh audiens. Menghindari penggunaan bahasa yang bersifat tertutup merupakan prinsip penting, dengan tujuan agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh berbagai kelompok masyarakat tanpa memandang tingkat pendidikan atau latar belakang. Kreativitas dalam menyampaikan informasi, seperti menggunakan perumpamaan atau media multimedia, diterapkan untuk memperjelas konsep-konsep atau informasi yang mungkin sulit dipahami. Secara keseluruhan, penerapan bahasa yang mudah diakses menjadi faktor utama dalam menciptakan komunikasi yang efektif dengan masyarakat yang beragam.

Humas Polrestabes Bandung secara efisien mengadopsi teknologi dalam strategi komunikasinya melalui akun *Instagram* @polrestabesbandung. Teknologi grafis modern dimanfaatkan dengan menggunakan software desain untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan informatif. Selain itu, alat analitik *Instagram* diterapkan untuk memantau dan mengevaluasi kinerja akun, mencakup jumlah pengikut, tingkat interaksi, dan jangkauan postingan, yang memberikan informasi berharga mengenai keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Polrestabes Bandung juga memaksimalkan penggunaan fitur multimedia interaktif di *Instagram*, seperti video, IGTV, dan Stories, untuk menyampaikan pesan secara lebih dinamis dan berinteraksi langsung dengan pengikut. Berikut hasil wawancara dengan Briпка Handi selaku Paur Min Humas Polrestabes Bandung mengenai pemanfaatan teknologi.

Bentuk Komunikasi @polrestabesbandung

Terdapat dua bentuk komunikasi yang umum digunakan, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merujuk pada interaksi yang dilakukan secara lisan atau menggunakan kata-kata, baik secara langsung (lisan) maupun melalui media tulisan. Menurut Effendy

(2003), komunikasi verbal adalah komunikasi yang mengandalkan penggunaan bahasa sebagai media utama, baik secara tertulis maupun lisan. Sedangkan menurut Samovar & Porter (2013), komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang melibatkan symbol-simbol nonlinguistik seperti gerak tubuh, penampilan fisik, jarak antar individu, dan perilaku.

Akun Instagram @polrestabesbandung menerapkan komunikasi verbal dalam berbagai jenis konten yang diunggah. Komunikasi verbal ini tercermin melalui penyajian konten video yang dilengkapi dengan teks tulisan untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, penggunaan voice over pada video juga diterapkan untuk memberikan penjelasan lebih mendalam tentang isi konten. Tidak hanya itu, deskripsi yang rinci mengenai isi konten juga disertakan melalui fitur caption, yang memberikan konteks tambahan bagi audiens untuk memahami lebih lanjut tentang pesan yang disampaikan. Dengan berbagai bentuk komunikasi verbal ini, akun @polrestabesbandung berusaha untuk menyampaikan pesan secara lebih jelas dan efektif kepada pengikutnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: Terdapat langkah-langkah akun Instagram @polrestabesbandung dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian yaitu dilakukan dengan menerapkan strategi komunikasi yang matang, seperti penyajian konten yang informatif, humanis, dan interaktif. Akun ini digunakan untuk menyampaikan informasi terbaru, memberikan edukasi kepada masyarakat, serta meningkatkan keterlibatan publik melalui kampanye, respons yang cepat, dan transparansi. Selain itu, pendekatan kreatif seperti penggunaan visual yang menarik dan narasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari membantu membangun citra Polrestabes Bandung sebagai lembaga yang modern, ramah, dan peduli terhadap masyarakat.

Terdapat pemetaan/monitoring akun Instagram @polrestabesbandung dalam meningkatkan citra lembaga kepolisian terhadap khalayak yaitu Pemetaan akun dilakukan untuk memahami karakteristik, kebutuhan, dan preferensi masyarakat sebagai target komunikasi. Informasi yang diperoleh digunakan untuk menyusun konten yang relevan dan menarik bagi publik. Sementara itu, monitoring akun dilakukan untuk menganalisis interaksi, komentar, dan sentimen publik terhadap konten yang diunggah. Dengan pemantauan secara real-time, Polrestabes Bandung dapat merespons isu-isu yang berkembang dengan cepat, menangani keluhan masyarakat, serta memperbaiki kesalahpahaman, sehingga menciptakan kesan bahwa kepolisian bersikap proaktif, transparan, dan peduli terhadap opini publik.

Terdapat penggunaan konten sosialisasi untuk membangun citra lembaga pada akun instagram @polrestabesbandung, yaitu Konten sosialisasi digunakan sebagai sarana edukasi publik untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang tugas, fungsi, dan program kepolisian, serta mempromosikan nilai-nilai positif seperti kedisiplinan, pelayanan, dan kepedulian sosial. Dengan penyajian yang kreatif, menarik, dan relevan, konten sosialisasi mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun hubungan yang lebih baik antara kepolisian dan masyarakat. Selain itu, media sosial memungkinkan penyebaran pesan yang luas dengan biaya yang efisien dan hasil yang terukur, sehingga menjadi alat komunikasi yang efektif dalam membentuk persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memperlancar penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Prof. Dr. Atie Rachmiate, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Ibu Dr. Ani Yuningsih, M.Si. selaku Kepala Kaprodi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan kesempatan untuk meneliti salah satu judul yang saya ajukan. Bapak Dr. Dadan Mulyana, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama masa seminar hingga skripsi nanti. Bapak M.E. Fuady, S.Sos., M.Si. selaku wali dosen yang telah mengarahkan dan membimbing dalam hal perwalian, serta teman-teman seperjuangan, terutama Zahra Nabila yang telah menyemangati dan berjuang bersama-sama baik dalam suka maupun duka, juga seluruh pihak yang telah membantu memberikan saran dan membangun mood dalam proses pengerjaan proposal penelitian ini.

Peneliti berharap proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua, sehingga dapat menambah wawasan bagi para pembaca.

Daftar Pustaka

- Agustin, E. S., & M. E. Fuady. (2024). Opini Organisatoris Lembaga Kemahasiswaan Mengenai Putusan Mahkamah Konstitusi. *Jurnal Riset Public Relations*, 95–100. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5039>
- Ainussyifa, Z., Srisadono, W., Islami, D. I., & Gunawan, G. (2022). Pemanfaatan Instagram Kementerian Sosial RI dalam meningkatkan citra pemerintah. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 133–144.
- Anggreani, M. D., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). Ruang publik virtual sebagai pintu komunikasi government to citizen (Studi kasus: Perbandingan media sosial pemerintah Kota Yogyakarta dan Surabaya). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 203–220.
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). Peran public relations dalam meningkatkan citra positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Network Media*, 4(2), 20–39.
- Dhinia Trisepta Pitaloka, & Sophia Novita. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Event terhadap Partisipasi dalam Pengembangan Geopark. *Jurnal Riset Public Relations*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5474>
- Diansyah, F. S., & Noviar, T. N. A. (2024). Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pasien IGD RSUD Kota Bandung. *Jurnal Riset Public Relations*, 79–86. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5289>
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan media sosial (Communications and social media). *III*, 69–75.
- Gora, R., & S. Sos, M. M. (2019). *Riset kualitatif public relations*. Jakad Media Publishing.
- Kardini, N. L., Sudomo, A., GS, A. D., Arifin, Z., & Sallu, S. (2023). *Manajemen public relation*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran* [Internet]. Indeks. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=618936>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image melalui sosial media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk Polycrol Forte melalui akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(1), 23–38.
- Mulyadi, M. (2022). Teori belajar konstruktivisme dengan model pembelajaran (Inquiry). *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum dan Pendidikan*, 7(2), 174–174.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan metode studi kasus Yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *INERSIA: Informasi dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
- Oktavianti, R. N., & Maring, P. (2021). Peran humas Polres Metro Jakarta Selatan dalam mempertahankan citra kepolisian melalui Instagram. *PANTAREI*, 5(03).

- Prihatmojo, A., & Badawi, B. (2020). Pendidikan karakter di sekolah dasar mencegah degradasi moral di era 4.0. *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik*, 4(1), 142–152.
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran public relations dalam pemanfaatan Instagram sebagai alat publikasi untuk meningkatkan layanan masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi kasus pada akun Instagram @puskesmascilincing). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 9–16.