

**ANALISIS KONTEN AKUN INSTAGRAM HUMAS POLDA LAMPUNG
UNTUK MENCEGAH KECELAKAAN DI BANDAR LAMPUNG**

(Analisis Media Siber Pada Akun @humas_poldalampung)

(SKRIPSI)

Oleh

SILVANY CLAUDIA MANURUNG

NPM. 1916031074



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2024

ABSTRAK

ANALISIS KONTEN AKUN INSTAGRAM HUMAS POLDA LAMPUNG UNTUK MENCEGAH KECELAKAAN DI BANDAR LAMPUNG (ANALISIS MEDIA SIBER PADA AKUN @HUMAS_POLDALAMPUNG)

Oleh

SILVANY CLAUDIA MANURUNG

Permasalahan kecelakaan yang terjadi di Lampung saat ini menjadi alasan Bidang Humas Polda Lampung membuat konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas di Instagram @humas_poldalampung. Humas Polda Lampung memanfaatkan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi, karena berdasarkan data kecelakaan bermotor tahun 2020 kasus kecelakaan yang terjadi di dominasi oleh usia 10-28 tahun dan merupakan pengguna aktif sosial media Instagram. Hal ini menjadi peluang untuk mengurangi tingkat kecelakaan yang terjadi melalui konten informatif dan persuasif yang di unggah oleh akun Instagram @humas_poldalampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dokumen media (*media archive*) dan pengalaman (*experiential stories*) dalam konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif interpretatif yaitu dengan menganalisis data, mengolah data, mendeskripsikan data, dan menarik kesimpulan. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis media siber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram Humas Polda Lampung berhasil memberikan informasi kepada *follower* melalui analisis (1)dokumen media, dan (2)pengalaman. Adapun efek yang dihasilkan melalui kolom komentar kemudian dianalisis menggunakan analisis sentimen. Adanya perubahan sikap *follower* yang dianalisis menggunakan teori perubahan sikap yaitu kognitif, afektif, dan konatif dari *follower* Instagram secara signifikan memperkuat penelitian ini.

Kata Kunci: Media Siber, Komunikasi Persuasif, Komunikasi Informatif

ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS OF THE INSTAGRAM ACCOUNT OF THE LAMPUNG REGIONAL POLICE PUBLIC RELATIONS DIVISION TO PREVENT ACCIDENTS IN BANDAR LAMPUNG (CYBER MEDIA ANALYSIS ON @HUMAS_POLDALAMPUNG ACCOUNT)

By

SILVANY CLAUDIA MANURUNG

The problem of accidents that occur in Lampung today is the reason for the Lampung Police Public Relations Division to create driving appeal content and traffic information on Instagram @humas_poldalampung. Lampung Police Public Relations utilizes Instagram social media in disseminating information, because based on data on motorized accidents in 2020, cases of accidents that occur are dominated by ages 10-28 years and are active users of Instagram social media. This is an opportunity to reduce the level of accidents that occur through informative and persuasive content uploaded by the @humas_poldalampung Instagram account. This research aims to identify media archive and experiential stories in the content of driving advisories and traffic information. In this research, the method used is interpretative descriptive qualitative, namely by analyzing data, processing data, describing data, and drawing conclusions. After the data is collected, it is then analyzed using the cyber media analysis method. The results of this study indicate that Instagram Public Relations of Lampung Police succeeded in providing information to followers through the analysis of (1) media documents, and (2) experience. The effects generated through the comments column were then analyzed using sentiment analysis. The existence of changes in follower attitudes analyzed using the theory of attitude change, namely cognitive, affective, and conative from Instagram followers significantly strengthens this research.

Keyword: Cyber Media, Persuasive Communication, Informative Communication

**ANALISIS KONTEN AKUN INSTAGRAM HUMAS POLDA LAMPUNG
UNTUK MENCEGAH KECELAKAAN DI BANDAR LAMPUNG
(Analisis Media Siber Pada Akun @humas_poldalampung)**

Oleh

SILVANY CLAUDIA MANURUNG

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : Analisis Konten Akun Instagram Humas Polda Lampung Untuk Mencegah Kecelakaan di Bandar Lampung (Analisis Media Siber Pada Akun @humas_poldalampung)

Nama Mahasiswa : Silvany Claudia Manurung

Nomor Pokok Mahasiswa : 1916031074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si
NIP. 197507152008121002

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama : Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 17 Juli 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvany Claudia Manurung
NPM : 1916031074
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Blok 09 Jalur 33 No.05, Rawajitu Timur, Tulang Bawang
No. Handphone : 081263188901

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Analisis Konten Akun Instagram Humas Polda Lampung Untuk Mencegah Kecelakaan di Bandar Lampung (Analisis Media Siber Pada Akun @humas_poldalampung)**" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Silvany Claudia Manurung
NPM. 1916031074

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Silvany Claudia Manurung. Dilahirkan di Tulang Bawang pada 04 Februari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak M. Manurung dan Ibu L.Sinaga. Penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar SDN 1 Bumi Dipasena Mulya yang diselesaikan pada tahun 2011. Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Rawajitu Timur yang diselesaikan pada tahun 2014 dan Sekolah Menengah Atas di SMA Yos Sudarso Metro yang diselesaikan pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung yang diselesaikan pada tahun 2020. Pada tahun 2022 penulis melanjutkan pendidikan Srata 1 dan terdaftar menjadi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi anggota bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) di Forum Putera-Puteri Indonesia Bersatu. Selain itu penulis juga aktif menjadi presenter di tim feature Lampung TV dan penulis menerapkan hasil pembelajaran dari bangku kuliah pada Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Humas Polda Lampung. Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wiyono, Kecamatan Wiyono, Kabupaten Pesawaran selama 40 hari pada periode Juli 2023.

PERSEMBAHAN

Seiring dengan Puja, Puji serta ucapan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas segala kelancaran dan kemudahan serta nikmat sehat yang telah diberikan untuk menyelesaikan penelitian/skripsi ini. Dengan seluruh rasa bangga penulis persembahkan karya ini untuk:

Diriku sendiri

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak M. Manurung dan Mamak L.Sinaga

Karya ini sebagai tanda baktiku, terima kasih atas segala yang selalu kalian berikan, doa, kasih sayang, cinta kasih, pengorbanan, dan keikhlasannya. Ini hanyalah setitik balasan yang tidak bisa dibandingkan dengan berjuta-juta pengorbanan dan kasih sayang kalian yang kalian berikan.

Seluruh teman-temanku.

Terima kasih atas doa, dukungan, canda, tawa yang telah kita lewati bersama

Serta kepada almamaterku, Universitas Lampung

MOTTO

“Sejauh apapun kita terjatuh, akan ada masa depan bagi semua yang bertahan dan terus berusaha. Jadilah mutiara diantara batu kerikil”

(Silvany Claudia Manurung)

PERSEMBAHAN

Seiring dengan Puja, Puji serta ucapan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas segala kelancaran dan kemudahan serta nikmat sehat yang telah diberikan untuk menyelesaikan penelitian/skripsi ini. Dengan seluruh rasa bangga penulis persembahkan karya ini untuk:

Diriku sendiri

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak M. Manurung dan Mamak L.Sinaga

Karya ini sebagai tanda baktiku, terima kasih atas segala yang selalu kalian berikan, doa, kasih sayang, cinta kasih, pengorbanan, dan keikhlasannya. Ini hanyalah setitik balasan yang tidak bisa dibandingkan dengan berjuta-juta pengorbanan dan kasih sayang kalian yang kalian berikan.

Seluruh teman-temanku.

Terima kasih atas doa, dukungan, canda, tawa yang telah kita lewati bersama

Serta kepada almamaterku, Universitas Lampung

SANWACANA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, rahmat serta karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Konten Akun Instagram Humas Polda Lampung Untuk Mencegah Kecelakaan di Bandar Lampung (Analisis Media Siber Pada Akun @humas_poldalampung)”** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Kepada Tuhan Yesus, terima kasih Tuhan untuk kasih setia-Mu, berkat-Mu yang selalu engkau berikan kepada penulis. Bersyukur karena Tuhan Yesus tidak pernah lelah menolong, menopang dan menguatkan penulis melalui kasih-Nya yang ajaib dan luar biasa. Banyak cobaan yang datang ketika penulis akan menyelesaikan studi tetapi Tuhan Yesus selalu hadir dan menyertai sampai akhir. Terima kasih Tuhan Yesus, kiranya engkau selalu menyertai perjalanan hidupku dengan terang roh kudus-Mu.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyah, S.Sos.,M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Dr. Nanda Utaridah, S.Sos.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan saya ilmu serta arahan dalam proses penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas segala perhatian, kebaikan

hati, keramahan, kesabaran, serta keihlasan yang Ibu berikan selama bimbingan ini. Selama proses bimbingan banyak hal yang saya dapatkan selain ilmu secara akademik, namun saya juga belajar untuk kuat dan sabar karena tidak segala sesuatunya selalu berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Terimakasih Ibu telah bersedia berdiskusi tentang banyak hal. Semoga selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan Ibu.

6. Bapak Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si selaku dosen pembahas. Terima kasih banyak atas masukan, bantuan, kebaikan, kesabaran serta saran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh staff, dosen, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Mas Redi dan Bu Iis yang telah banyak membantu penulis.
8. Kedua orang tuaku tercinta, mamak dan bapakku yang sangat aku kasihi. Terima kasih atas perhatian, doa, semangat, upaya serta usaha yang kalian berikan kepadaku sehingga akhirnya aku dapat menyelesaikan studiku. Sehat selalu mamak dan bapakku sayang, kiranya Tuhan memberikan aku kesempatan untuk membahagiakan kalian.
9. Grace... terimakasih sudah memberi semangat dan kekuatan baru setiap harinya. Sehat dan bertumbuh menjadi anak yang takut akan Tuhan dan menjadi berkat untuk banyak orang.
10. Kakakku terkasih, terimakasih atas segala cinta dan perhatianmu yang terbilang cuek dan galak. Terima kasih sudah menjadi yang terbaik dalam segala hal. Aku bangga padamu, terima kasih banyak kak. Bahagia dan diberkati selalu setiap rencanamu kedepannya.
11. Anggi Aprilia, terima kasih atas segala kebaikan, kesabaran, dan pelajaran atas banyak hal. *So lucky to have u, because you always think I'm a good egg, even though you know that I'm a little cracked.* Orang langka yang menemukanku di tempat gelap dan membawa ku kembali ke terang. *Thanks, you have brought me this far to keep believing that the future and*

take a time to love myself. Bahagia selalu Anggi, semoga semua wishlist kita tercapai dan direstui oleh semesta. Semangat dan selamat menyambut masa depan yang cerah untuk kita, *let's grow together!!*

12. Tika Aprilyana, terima kasih atas segala kebaikan dan perhatiannya. *Thank you for being the shoulder I can always lean on. Grateful to have you as my friend, you always makes me smile even when I feel like crying, can wipe away my tears but also make me laugh until it hurts.* Semangat dan bahagia selalu gadis baik, semoga semesta mengizinkan kita bertemu dilain kesempatan.
13. Nurmalia Annisa, hey yo terima kasih teman seperjuangan konversiku yang sangat luar biasa, partner pusing, partner yang semuanya dikerjain double walaupun sambil nangis dan tertawa diwaktu yang sama FINALLY WE DID IT!!. Terima kasih atas semangat dan perhatiannya, manusia yang tetap percaya aku, padahal aku sendiri tidak percaya sama diriku sendiri. Terima kasih telah membuatku tertawa lebih keras, tersenyum lebih cerah, satu juta kenangan, sepuluh ribu lelucon batin, seratus rahasia bersama. Bahagia selalu NUR... semoga semesta mengizinkan kita bertemu dilain kesempatan.
14. Persepupuan Opung Firman Manurung, Martin Manurung, Feby Manurung, Santalia Manurung. Terima kasih atas semangat, perhatian, doanya, saran dan motivasi. Bahagia selalu
15. Teman-teman terkasih, Meri Siregar, Oot Siregar, Doly Malau Sari Silaban, Widia Nainggolan, katarina Putri atas semangat dan perhatiannya.
16. Adik tingkat jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019,2020,2021,2022. Terima kasih telah menjadi bagian selama proses studi lanjutku yang sangat luar biasa, walaupun selalu dianggap mahasiswa yang mengulang matakuliah. Semangat.
17. Keluarga Unila TV khususnya tim feature Kia, Cio, Adis terima kasih telah memberikan pelajaran baru.

18. Forum Putera-Puteri Indonesia Bersatu (FKPPIB). Terima kasih sudah mengizinkan untuk belajar, berkembang dan bertemu dengan orang-orang penting. Jaya selalu FKPPIB.
19. Teman-teman PDO Fisip Unila. Terima kasih telah mengizinkan aku untuk ikut berpelayanan dan selalu mengingatkan aku bagaimana hidup harus berproses tanpa harus lupa hidup melayani. Kiranya Tuhan selalu memberkati PDO Fisip Unila dan selalu menjadi saluran berkat untuk banyak orang.
20. Diri ku sendiri. Terima kasih sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah selalu kuat, bertahan, dan berproses setiap harinya. Badai adalah kesempatan untuk mengalami Tuhan sekali lagi, akan ada waktu yang akan datang dimana hal-hal itu akan menjadi jelas dan banyak hal-hal baik yang akan datang. Aku percaya rencana Tuhan pasti indah, tidak selalu cepat tapi pasti tepat waktu. Tidak akan ada Silvany yang sekarang jika tanpa penyertaan Tuhan. Semangat selalu SILVANY CLAUDIA MANURUNG!! Mari wujudkan wishlist itu, semoga suatu saat bisa menjadi berkat untuk banyak orang dan semesta merestui untuk kembali~

Bandar Lampung, 8 Juli 2024

Penulis,

Silvany Claudia Manurung

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	v
 I. PENDAHULUAN	 -
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir	9
 II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Tentang Komunikasi	16
2.3 Media Sosial	20
2.3.1 Instagram	24
2.3.2 <i>Engagement Rate</i>	28
2.4 Analisis Media Siber	30
2.5 Analisis Sentimen	33
2.6 Kajian Tentang Respon	36
 III. METODE PENELITIAN	 --
3.1 Tipe Penelitian	38
3.2 Lokasi Penelitian	39
3.3 Fokus Penelitian	39
3.4 Penentuan Informan	40

3.5 Sumber Data	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Teknik Keabsahan Data	45

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	47
4.1.1 Gambaran Humas Polda Lampung	47
4.1.2 Profil Akun Instagram	50
4.2 Penyajian Data	51
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Hasil Observasi	56
4.3.2 Hasil Wawancara	118
4.3.3 Analisis Dokumen Media Konten Instagram @humas_poldalampung Untuk Mencegah Keceakaan	134
4.3.4 Analisis Pengalaman (<i>Experiential Stories</i>) Konten Instagram @humas_poldalampung Untuk Mencegah Kecelakaan	145
4.3.5 Analisis Respon <i>Follower</i> Instagram @humas_poldalampung Pada Konten Himbauan Berkendara dan Informasi Lalu Lintas	151
4.4 Pembahasan.....	156
4.4.1 Dokumen Media Konten Instagram @humas_poldalampung Untuk Mencegah Kecelakaan	156
4.4.2 Pengalaman Konten Instagram @humas_poldalampung Untuk Mencegah Kecelakaan	159
4.4.3 Respon <i>Follower</i> Konten Instagram @humas_poldalampung Pada Konten Himbauan Berkendara dan Informasi Lalu Lintas	165

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	168
5.2 Saran	169

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Media Sosial Yang Banyak Digunakan	2
Gambar 2. Profil @humas_poldalampung	4
Gambar 3. Himbauan Stop Lawan Arah	7
Gambar 4. Kerangka Pikir	11
Gambar 5. Tangkap Layar “Profil Instagram @humas_poldalampung”	50
Gambar 6. Tampilan <i>Feed</i> Instagram @humas_poldalampung	57
Gambar 7. Tangkap Layar “Jangan Merokok Ketika Berkendara”	58
Gambar 8. Tangkap Layar “Menjelang Libur Hari Raya Idul Fitri”	65
Gambar 9. Tangkap Layar “Stop Lawan Arah”	70
Gambar 10. Tangkap Layar “Stop Putar Balik di <i>Flyover</i> ”	76
Gambar 11. Tangkap Layar “Operasi Zebra 2023”	80
Gambar 12. Tangkap Layar “Stop Menggunakan Ponsel”	84
Gambar 13. Tangkap Layar “Sasaran Khusus Operasi Zebra 2023”	88
Gambar 14. Tangkap Layar “Sosialisasi Ops Krakatau”	93
Gambar 15. Tangkap Layar “Himbauan Patuh Berlalu Lintas”	97
Gambar 16. Tangkap Layar “Himbauan Musim Hujan”	102
Gambar 17. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> HimbauanMerokok”	106
Gambar 18. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Himbauan Hari Raya”	107
Gambar 19. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Himbauan Stop Lawan Arah”	109
Gambar 20. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Himbauan Stop Putar Balik”	110
Gambar 21. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Operasi Zebra”	112
Gambar 22. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Stop Menggunakan Ponsel”	113
Gambar 23. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Sasaran Khusus Ops Zebra”	114
Gambar 24. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Sosialisasi Ops Zebra”	115

Gambar 25. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Hibauan Berlalu Lintas”	116
Gambar 26. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Hibauan Musim Hujan”	117
Gambar 27. Tangkap Layar “ <i>Insight</i> Hibauan Musim Hujan”	147

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Data Kecelakaan Bermotor di Indonesia	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. Informan Kunci	40
Tabel 4. Penyajian Data	52
Tabel 5. Analisis Konten Himbauan Merokok Ketika Berkendara	59
Tabel 6. Liburan Hari Raya Idul Fitri	65
Tabel 7. Himbauan Stop Lawan Arah	70
Tabel 8. Stop Putar Balik di <i>Flyover</i>	76
Tabel 9. Operasi Zebra	81
Tabel 10. Himbauan Stop Menggunakan Ponsel Ketika Berkendara	84
Tabel 11. Sasaran Khusus Operasi Zebra	88
Tabel 12. Sosialisasi Ops Zebra Krakatau	93
Tabel 13. Himbauan Patuh Berlalu Lintas	98
Tabel 14. Himbauan Musim Hujan	102
Tabel 15. Pemilihan Media Sosial Instagram	119
Tabel 16. Pemilihan Media Sosial Instagram	120
Tabel 17. Bahan Membuat Konten	121
Tabel 18. Konten Himbauan Berkendara dan Informasi Lalu Lintas	122
Tabel 19. Efek Konten Himbauan Berkendara & Informasi Lalu Lintas ...	123
Tabel 20. Tema Konten	124
Tabel 21. Jenis/Bentuk Konten	125
Tabel 22. Teks dan <i>Caption</i>	126
Tabel 23. Waktu Publikasi	127
Tabel 24. Penggunaan <i>Hashtag</i> (#)	128
Tabel 25. Tanggapan <i>Follower</i> Instagram (Aspek Kognitif)	129

Tabel 26. Tanggapan <i>Follower</i> Instagram (Aspek Kognitif)	129
Tabel 27. Tanggapan <i>Follower</i> Instagram (Aspek Afektif)	130
Tabel 28. Tanggapan <i>Follower</i> Instagram (Aspek Konatif)	132
Tabel 29. Tanggapan <i>Follower</i> Instagram (Aspek Konatif)	133
Tabel 30. Kategori Konten	135
Tabel 31. Teks & <i>Caption</i>	140
Tabel 32. Analisis Sentimen (Kategori Komentar)	148

I. PENDAHULUAN

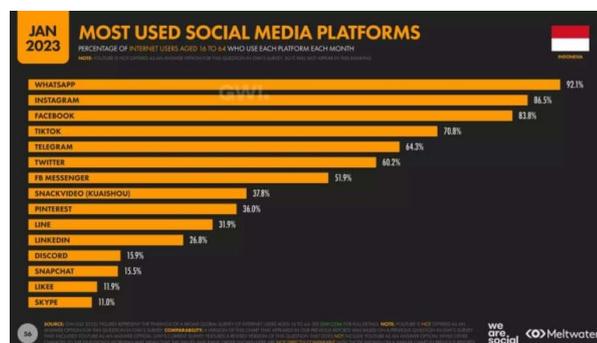
1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi khususnya internet telah membawa dampak yang signifikan terhadap cara manusia berinteraksi. Kemajuan teknologi telah mengubah lanskap komunikasi menjadi lebih mudah dan efisien. Hal ini tidak hanya mempermudah pertukaran informasi, tetapi juga memberikan peluang bagi individu untuk menyampaikan pesan, ide, dan pandangan kepada khalayak yang lebih luas. Salah satu bentuk kebutuhan komunikasi tersebut dapat dilihat dari adanya praktik kehumasan dalam suatu organisasi. Humas atau *Public Relations* adalah praktik komunikasi yang efektif untuk mengelola dan menyebarkan informasi dari sebuah organisasi atau individu ke masyarakat. Saat ini praktik kehumasan tidak hanya memanfaatkan media konvensional seperti media cetak, tetapi menggunakan media internet yang populer di masyarakat seperti media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, hingga *website*. Kemajuan teknologi komunikasi terutama melalui internet, tidak hanya sekadar memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi tetapi juga membantu masyarakat dalam memberikan dan menerima pesan dengan lebih efektif (Riska, 2013).

Adanya kemajuan teknologi komunikasi telah membuka akses informasi global, akses tersebut memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan secara instan tentang berbagai topik, mulai dari pendidikan, kesehatan, hingga berita yang sedang terjadi saat ini. Banyaknya manfaat dan kemudahan yang bisa didapat dari internet membuat penggunaannya semakin banyak dan bertambah setiap tahunnya. Dilansir dari CNBC Indonesia, penggunaan internet disetiap tahunnya semakin banyak. Hal ini

sesuai yang dikatakan oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa sebanyak 78,19% masyarakat Indonesia kini sudah menggunakan internet. Data terbaru APJII pada tahun 2023 menyebutkan penetrasi internet di Indonesia telah menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. Tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17% (dalam survei.apjii.or.id diakses 1 September 2023).

Berdasarkan tingkat penetrasi internet yang mengalami peningkatan, maka kemajuan teknologi dibidang komunikasi ini menjadi suatu hal yang harus dikelola oleh Humas. Salah satu lembaga negara yang memanfaatkan praktik kehumasan ini adalah Kepolisian Negara Republik Indonesia atau biasa dikenal dengan Humas Polri. Dilansir dari humas.polri.go.id secara umum Humas Polri memiliki tugas untuk mempertahankan reputasi dan kredibilitas Polri, seperti diketahui dari fakta yang ada di lapangan institusi Polri memang seringkali mendapatkan kritik dari publik karena adanya isu-isu yang timbul dan menjadi kontradiksi di masyarakat bahkan tak jarang isu tersebut berkembang di ruang siber. Langkah untuk mengurangi adanya gangguan di ruang siber maka dilakukan pemanfaatan dengan melakukan publikasikan hal-hal positif tentang Polri baik dengan muatan informatif atau pun persuasif di tengah isu yang beredar dengan menggunakan media sosial. Salah satu yang paling diminati dan banyak digunakan oleh institusi Polri adalah Instagram. Hal ini dikarenakan Instagram menjadi media sosial yang populer di masyarakat Indonesia. Berikut gambar jumlah pengguna media sosial di Indonesia.



Gambar 1. Media Sosial yang banyak digunakan
(Sumber: *We Are Social* 2023, diakses pada 1 September 2023)

Banyaknya pengguna Instagram saat ini membuat Instagram menjadi media sosial yang populer karena pengguna dengan mudah mendapatkan dan menyebarkan informasi secara *digital* baik distribusi berita, foto, video, dan lainnya. Dilansir dari *We Are Social* tahun 2023, media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa tahun 2023 Instagram mampu menduduki posisi ke-2 setelah whatsapp dengan jumlah presentase 86,5% dari jumlah populasi. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Instagram cukup eksis digunakan oleh masyarakat.

Menurut Nasrullah (2017) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*). Saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam melakukan komunikasi. Hal ini dimanfaatkan oleh sejumlah instansi salah satunya Polda Lampung. Pemanfaatan media sosial Instagram ini juga menjadi bentuk implementasi komunikasi publik kepada masyarakat sesuai dengan konsep Presisi (Produktif, Responsibilitas, Transparansi Berkeadilan) yang diajukan oleh Kapolri Jenderal Polisi Drs. Listyo Sigit Prabowo, M.Si. Komunikasi publik menjadi program prioritas yang akan dijalankan sebagai salah satu bagian dari pelayanan publik. Pelayanan publik ini diwujudkan secara terintegrasi, modern, mudah dan cepat dengan pemanfaatan teknologi informasi sehingga pelayanan tersebut bisa menjangkau seluruh masyarakat (dalam Hasibuan, 2022).

Pemanfaatan Instagram menawarkan cara membangun komunikasi, merubah pola interaksi sosial, cara berkomunikasi lebih efektif, mengubah dengan cepat perilaku dan gaya hidup, serta mampu membentuk persepsi dan opini publik secara cepat. Selain itu dalam Instagram beragam konten

disebarkan kepada masyarakat, sehingga Instagram dinilai mudah, cepat, cermat dan akurat sesuai dengan prinsip Polri karena dapat dilaksanakan dengan tepat waktu secara lengkap, dapat dikoreksi sesuai kebutuhan, dan dapat diakses secara dua arah (tribratanews.lampung.polri.go.id). Selain itu, penyebaran pesan melalui Instagram memiliki sifat yang berlangsung serempak, cepat, luas, tidak ada jarak dan waktu. Bagi Humas proses komunikasi yang seperti ini sangat dibutuhkan untuk mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku masyarakat. Penyajian pesan oleh seorang Humas tidak boleh dilakukan secara paksa, pesan harus dikemas dengan tujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat sehingga perubahan yang timbul atas kemauan sendiri bukan paksaan. Dalam hal ini Instagram berkontribusi dalam proses komunikasi dan interaksi yang muncul di ruang siber, melalui akun Instagram @humas_poldalampung sejumlah informasi penting disampaikan dengan tujuan mengajak masyarakat supaya lebih positif, memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan membangun hubungan baik dengan masyarakat. Selain itu Instagram digunakan juga sebagai upaya dalam memberikan pesan-pesan himbauan yang bertujuan untuk menghindari adanya potensi terjadinya permasalahan sosial. Ketika melaksanakan tugas berpedoman pada tugas pokok yang sudah ditentukan seperti mengumpulkan hingga mengolah data, menyajikan informasi sekaligus dokumentasi kegiatan kepolisian di lingkungan Polda, melakukan peliputan, serta memproduksi informasi yang memiliki keterkaitan dengan tugas Polda itu sendiri (tribratanews.lampung.polri.go.id).



Gambar 2. Profil @humas_poldalampung
(Sumber: Instagram @humas_poldalampung)

Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 1 September 2023, Instagram @humas_poldalampung memiliki 57.7 ribu pengikut dan memiliki 170 akun yang diikuti dengan jumlah postingan 12.3 ribu yang terdiri dari poster, meme, hingga video. Salah satu informasi yang seringkali disampaikan di akun Instagram @humas_poldalampung adalah mengenai keamanan, keselamatan, ketertiban, dan kelancaran berlalu lintas. Dalam hal ini peneliti berfokus pada masalah lalu lintas, karena masalah lalu lintas memang masih menjadi permasalahan sosial yang tidak kunjung usai sampai saat ini. Kurangnya kesadaran pengendara mengenai peraturan lalu lintas yang berlaku sehingga seringkali melanggar peraturan lalu lintas. Secara umum masalah dalam lalu lintas yang paling fatal adalah kecelakaan bermotor hingga menimbulkan korban jiwa. Berikut data kecelakaan bermotor di Indonesia tahun 2020-2022 berdasarkan tingkat pendidikan yang diakses pada 1 September 2023.

Tabel 1. Data Kecelakaan Bermotor di Indonesia

Tingkat Pendidikan	Tahun
	2020 - 2022
SD	12.557
SMP	17.699
SMA	80.641
D3	770
Srata 1	3.751

(Sumber: Ditjen Perhubungan Darat Kemenhub tahun 2020)

Berdasarkan data Ditjen Perhubungan Darat Kemenhub, jika dilihat berdasarkan usia maka kisaran umur 10-28 tahun menjadi yang paling banyak yaitu sejumlah 26.906 orang. Sedangkan berdasarkan data kecelakaan yang dilansir dari lampung.pro pada 1 September 2023, rata-rata kasus kecelakaan di Lampung meningkat setiap tahun, pada tahun 2021 sampai 2022 kecelakaan lalu lintas meningkat sekitar 13%. Data tersebut menunjukkan bahwa kasus kecelakaan lalu lintas di Lampung sangat rentan terjadi dan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hendratno (dalam Sadono, 2015) mengatakan terjadinya pelanggaran biasanya didasari pada keberanian masyarakat yang memiliki anggapan bahwa permasalahan

tersebut bisa dengan mudah diselesaikan bersama Polisi lalu lintas. Hal tersebut dibenarkan oleh Hadiluwih (dalam Sadono, 2015) yaitu sikap pengguna jalan dan oknum Polisi lalu lintas yang tidak terpuji, yang menganggap segala bentuk pelanggaran dalam berkendara dapat terselesaikan secara mudah dengan suap (uang). Alasan menyuap petugas tersebut dikarenakan mudah dan cepat dibandingkan menyelesaikan sesuai perundang-undangan.

Di Bandar Lampung sendiri permasalahan lalu lintas yang kerap ditemui adalah kecelakaan. Menurut Kabid Humas Polda Lampung Kombes Pol Umi Fadillah Astutik yang dilansir dari Lampung.jppn.com pada Operasi Zebra Krakatau 2023 mengatakan bahwa jumlah kecelakaan menempati rekor terbanyak. Berdasarkan laporan tersebut tercatat kecelakaan dan pelanggaran lalu lintas di bulan Januari sampai dengan Juli 2023 ada sebanyak 130 kasus laka lintas dan 231 kasus pelanggaran. Adapun faktor yang menyebabkan banyaknya angka kecelakaan lalu lintas di Bandar Lampung dikarenakan kelalaian pengendara yang tidak mematuhi aturan lalu lintas (Dalam Lampung.jppn.com, diakses pada 3 September 2023).

Tidak mematuhi aturan lalu lintas menjadi fenomena yang masih terjadi sampai saat ini. Adapun pelanggaran umum yang sering kali terjadi di Bandar Lampung yaitu tidak menggunakan pelindung kepala (helm), menerobos saat lampu merah, tidak mematuhi rambu larangan yang dipasang. Hal lain yang masih menjadi kebiasaan masyarakat adalah pengendara yang tidak sabaran, misalnya saja pengendara melakukan putar balik arah di tempat yang dilarang untuk memutar balik atau masyarakat yang sering kali melakukan aksi lawan arus yang tidak hanya membahayakan diri sendiri namun membahayakan orang lain (tribratanews.lampung.polri.go.id). Pelanggaran lalu lintas seperti ini sudah biasa bagi masyarakat atau pelajar terkhusus yang menggunakan motor, sehingga saat aparat melakukan penertiban lalu lintas, banyak pelanggar tertangkap. Melanggar aturan lalu lintas seperti tidak menggunakan pelindung kepala (helm), menerobos saat lampu merah, tidak mematuhi

rambu larangan yang dipasang dapat membahayakan diri sendiri karena dapat menyebabkan kecelakaan yang mengancam nyawa. Selain itu, perilaku berkendara yang tidak patuh terhadap regulasi juga membawa risiko serius bagi keselamatan orang lain yang berada di sekitar jalan. Berikut salah satu konten Instagram @humas_poldalampung dalam memberikan himbauan tentang tertib lalu lintas.



Gambar 3 Himbauan Stop Lawan Arah
(Sumber: Instagram @humas_poldalampung)

Berdasarkan konten tersebut melawan arah merupakan salah satu penyebab kecelakaan yang terjadi di Bandar Lampung. Banyak pengendara yang tidak mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan aturan keselamatan, sehingga meningkatkan risiko terjadinya kecelakaan. Kecelakaan lalu lintas merupakan masalah yang membutuhkan penanganan serius mengingat besarnya kerugian yang diakibatkan. Kecelakaan lalu lintas adalah suatu peristiwa di jalan raya yang tidak diduga dan tidak disengaja melibatkan kendaraan dengan atau tanpa pengguna jalan lain yang mengakibatkan korban manusia. Kecelakaan lalu lintas dipengaruhi oleh faktor manusia, kendaraan, dan lingkungan jalan, serta interaksi dan kombinasi dua atau lebih faktor tersebut. Pelanggaran lalu lintas yang cukup tinggi serta kepemilikan kendaraan pribadi yang semakin hari semakin meningkat, hal ini secara tidak langsung akan memicu terjadinya kecelakaan lalu lintas (UU No. 22 tahun 2009).

Berdasarkan uraian diatas, maka saat ini dibutuhkan urgensi untuk memberikan informasi terkait lalu lintas untuk mencegah kecelakaan yang terjadi di Bandar Lampung. Informasi melalui konten akun Instagram @humas_poldalampung ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat karena penggunaan media digital kini mampu menjangkau khalayak luas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Konten Akun Instagram Humas Polda Lampung Untuk Mencegah Kecelakaan Di Bandar Lampung (Analisis Media Siber Pada Akun @Humas_Poldalampung)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana dokumen media (*media archive*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung?
- b. Bagaimana pengalaman (*experiental stories*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk menganalisis dokumen media (*media archive*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung;
- b. Untuk menganalisis pengalaman (*experiental stories*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung;

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini peneliti berusaha untuk memahami bagaimana penerapan dari metode analisis media siber juga menunjukkan relevansi penelitian dengan disiplin ilmu yang lebih luas. Peneliti mencoba menghubungkan objek penelitian yang dianalisis dengan suatu kerangka pemikiran, sehingga melalui hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembuktian secara ilmiah mengenai

bagaimana konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas pada akun Instagram @humas_poldalampung untuk mencegah kecelakaan di Bandar Lampung.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau masukan yang berguna bagi praktisi Humas Polda Lampung dalam mengemas pesan di media sosial Instagram untuk mencegah kecelakaan di Bandar Lampung. Selain itu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi lembaga Kepolisian khususnya bidang humas Polda Lampung.

1.5 Kerangka Pikir

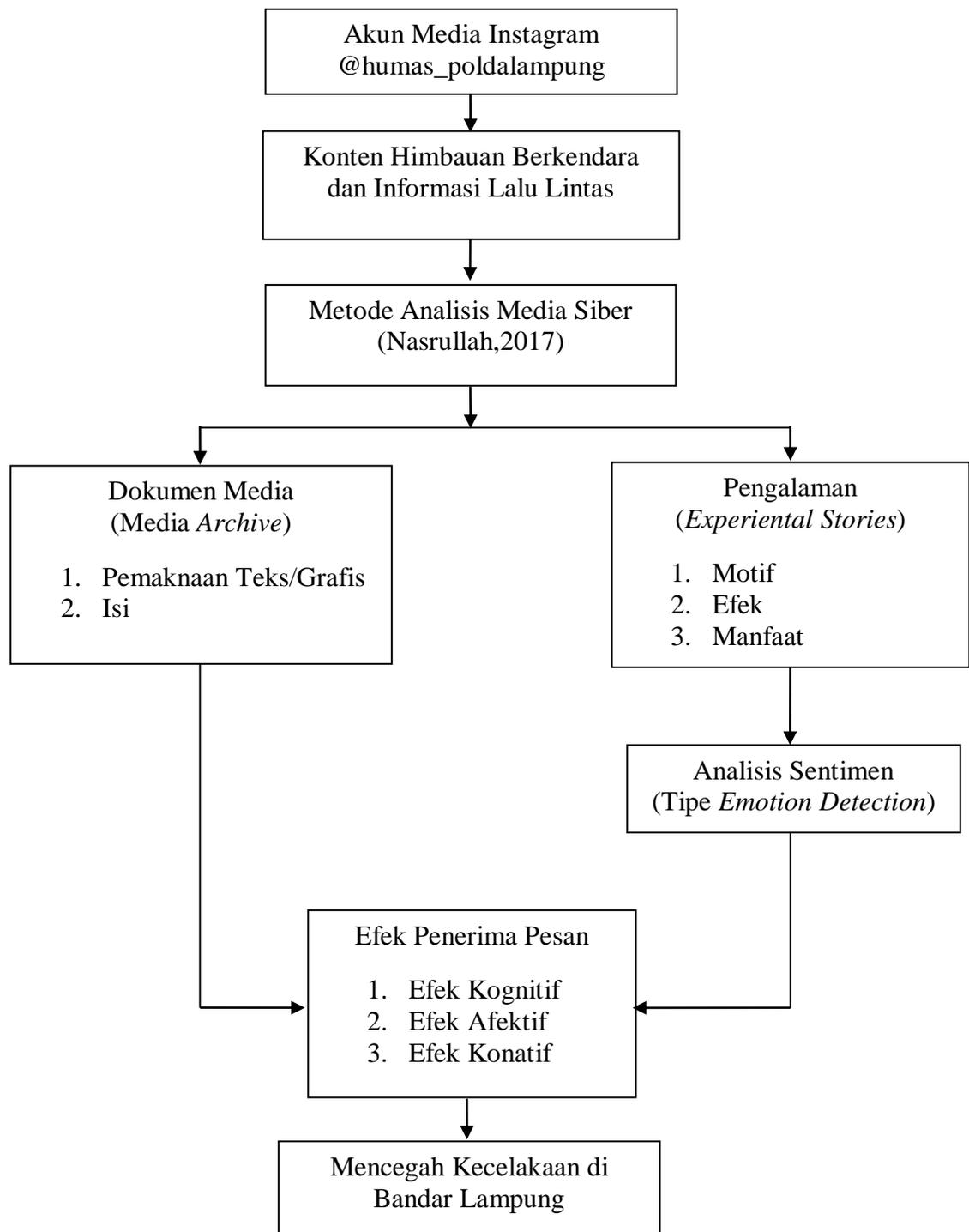
Bidang Humas Polda Lampung melakukan inovasi baru dengan memanfaatkan kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan publikasi tentang informasi lalu lintas melalui media sosial Instagram. Humas Polda Lampung memilih menggunakan media sosial Instagram karena Instagram dianggap mampu menyebarkan informasi secara cepat dan tepat. Selain itu dari hasil observasi yang telah dilakukan, banyaknya kasus kecelakaan yang terjadi didominasi oleh usia 10 hingga 28 tahun yang merupakan pengguna aktif dari media sosial Instagram.

Adapun akun Instagram yang digunakan yaitu @humas_poldalampung. Berbagai informasi tentang himbauan berkendara dan informasi lalu lintas disebarkan melalui akun tersebut dengan tujuan untuk memberikan informasi/mengedukasi dan mempersuasif *follower* Instagram sehingga dapat menurunkan angka kecelakaan yang terjadi. Untuk melihat apakah konten tersebut berhasil maka peneliti menganalisis 10 konten khusus tentang himbauan berkendara dan informasi lalu lintas dengan menggunakan analisis media siber oleh Rulli Nasrullah (2017). Dalam metode analisis media siber terdapat empat level untuk menganalisis konten, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), pengalaman (*experiential stories*). Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua level analisis media siber

yaitu dokumen media (*media archive*) dan pengalaman (*experiential stories*). Alasan peneliti hanya menggunakan dua level analisis media siber karena kedua level tersebut sangat relevan digunakan untuk menganalisis konten Instagram @humas_poldalampung dari sisi isi, pemaknaan teks/grafis serta melihat motif, efek dan manfaat yang diberikan.

Selain menganalisis menggunakan analisis media siber, peneliti juga menganalisis menggunakan analisis sentimen, terdapat 6 tipe analisis sentimen namun dalam peneliti ini peneliti menggunakan tipe *emotion detection*. Tipe *emotion detection* digunakan untuk melihat emosi atau mendeteksi perasaan positif, negatif atau netral *follower* Instagram @humas_poldalampung yang terdapat dalam kolom komentar konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Selanjutnya, untuk melihat bagaimana efek *follower* Instagram terhadap konten maka peneliti mewawancarai 3 *follower* Instagram @humas_poldalampung dengan menggunakan teori perubahan sikap yang dikemukakan oleh Steve M Chaffe yaitu respon kognitif, afektif, dan konatif.

Untuk memahaminya lebih mudah, berikut gambar tentang alur pikir di bawah ini:



Gambar 4. Kerangka Pikir
(Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024)

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai perbandingan hasil penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Peneliti telah melakukan analisis kepada tiga penelitian terdahulu dengan topik pembahasan yang serupa dengan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian sebelumnya mencakup analisis konten di media sosial. Berikut merupakan ulasan mengenai tiga penelitian tersebut:

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

1	Nama	Qurotun Ayun Wulandari, Ilmu Alqur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022
	Judul Penelitian	Kajian Tafsir Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virutal pada <i>channel</i> Youtube Quraish Shihab)
	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini yaitu menyimpulkan, level-level pada analisis media siber yang dipaparkan oleh Rulli Nasrullah dapat membaca penafsiran di <i>channel</i> Youtube Quraish Shihab pada level ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman.
	Metode Penelitian	Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi virtual.
	Persamaan	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Qurotun Ayun Wulandari yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis media siber.

Tabel 2 Lanjutan

	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Qurotun Ayun Wulandari terletak pada fokus media sosial yang dianalisis yaitu media sosial Youtube sedangkan pada penelitian ini media sosial yang akan dianalisis yaitu media sosial Instagram.
	Teori yang digunakan	Penelitian ini menggunakan metode analisis media siber. Metode ini terdiri dari empat level yaitu ruang media, berupa struktur perangkat media dan penampilan, dokumen media berupa isi, aspek pemaknaan teks atau grafis, objek media, berupa interaksi yang terjadi di media siber dan pengalaman berupa motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i> maupun <i>online</i> .
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa menggunakan media baru seperti penafsiran pada <i>channel</i> Youtube, komunikasi yang terjadi bersifat dua arah dimana audiens sebagai konsumen dan juga sebagai produsen. Selain itu, kajian yang disampaikan menggunakan media baru lebih variatif sehingga audiens dapat memahami lebih mudah maksud yang disampaikan.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi yang diberikan oleh penelitian Qurotun Ayun Wulandari yaitu penelitian memberikan masukan dan pemahaman kepada peneliti bagaimana menggunakan metode analisis media siber dalam menganalisis konten Instagram yang akan dilakukan oleh peneliti.
2	Nama	Muhammad Abid Rifqy Zamzami, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri, 2022.
	Judul Penelitian	Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan sebagai Media Informasi.
	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan. (2) untuk mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan.

Tabel 2 Lanjutan

	Metode Penelitian	Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abid Rifqy Zamzami yaitu terletak pada media sosial yang digunakan yaitu media sosial Instagram dan penelitian ini sama-sama menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana menyebarkan Informasi.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abid Rifqy Zamzami terletak pada teori yang digunakan. Penelitian ini teori yang digunakan adalah teori <i>Uses and Gratification</i> . Teori ini digunakan sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui motif admin menggunakan akun @beritamagetan dan mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi, yaitu motif informasi dan motif hiburan. Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi bagi masyarakat. Sedangkan motif hiburan dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @beritamagetan oleh admin sebagai media bersosialisasi dengan <i>followers</i> serta melepaskan penat akibat pekerjaan dan Kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi telah puas karena apa yang telah diinginkan oleh admin dapat tercapai.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi yang diberikan oleh penelitian Muhammad Abid Rifqy Zamzami yaitu memberi masukan serta gambaran kepada peneliti dalam menganalisis konten yang terdapat di media sosial Instagram sebagai informasi.
3	Nama	Ryan Alamsyah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Tabel 2 Lanjutan

3	Nama	Ryan Alamsyah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
	Judul Penelitian	Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis media siber yang terjadi pada akun memecomic.islam di Instagram dengan mengungkap: level-level analisis media siber dalam akun memecomic.islam dan latar belakang memecomic.islam menggunakan meme Islami sebagai media untuk berdakwah
	Metode Penelitian	Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan etnografi virtual dengan analisis media siber.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Alamsyah yaitu terletak pada media sosial Instagram dan menggunakan metode analisis media siber dalam melakukan analisis di media sosial Instagram.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang dianalisis yaitu konten meme sedangkan dalam penelitian ini peneliti menganalisis konten Instagram tentang lalu lintas untuk mencegah kecelakaan.
	Teori yang digunakan	Teori realitas sosial-siber Gotved. Konsep tersebut memberikan arahan secara tradisional tentang aspek-aspek sosial dari realitas yang ada di internet dengan melihat atau melibatkan fitur-fitur teknologi. Aspek ini menjadi penting karena model realitas sosial-siber ini menjadi dasar serta landasan teori dalam melihat apa yang terjadi di komunitas virtual. Interaksi yang ada di komunitas virtual dan nilai-nilai merupakan konsep sebagai sebuah pelengkap teori tentang riset di internet.

Tabel 2 Lanjutan

	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui metode analisis media siber postingan memecom.islam memberikan pengetahuan tentang hal-hal yang bisa dikatakan sebagai hal-hal umum yang sering dialami sehari-hari para pengguna Instagram yang melihat postingan.
	Kontribusi	Kontribusi yang diberikan oleh penelitian Ryan Alamsyah yaitu memberi masukan serta gambaran kepada peneliti dalam menganalisis konten yang terdapat di media sosial Instagram dengan menggunakan analisis media siber.

Sumber: Diolah oleh Peneliti,2024

2.2 Kajian tentang Komunikasi

Manusia akan selalu menumbuhkan interaksi dengan manusia lain, karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak mampu hidup sendiri. Komunikasi sangat dibutuhkan supaya manusia dapat saling terhubung dengan yang lain. Menurut (Liliweri,2011), komunikasi diartikan sebagai pertukaran ide-ide, komunikasi adalah transisi informasi yang merupakan hasil dari mengirimkan stimulus dari suatu sumber yang direspon oleh penerima. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses menyampaikan pikiran atau perasaan dari komunikator kepada komunikan. Pikiran tersebut bisa dalam bentuk ide, informasi, atau pendapat, sementara untuk perasaan biasanya datang dari kepercayaan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, dan keberanian (Budianto, 2011). Komunikasi dapat dikatakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan sebuah tujuan tertentu kepada seseorang atau kelompok. Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila kedua belah pihak dapat memahaminya dan ada umpan balik dari proses komunikasi tersebut. Komunikasi secara terminologis, komunikasi yang berarti penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Definisi dari Harold Laswell (Mulyana, 2007) bahwa komunikasi merupakan proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana? “*Who*

says What in Which channel to Whom with What Effect?” Paradigma ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh Laswell, yakni:

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)
Kelompok yang mempunyai inisiatif atau memiliki keperluan untuk melakukan komunikasi. Sumber komunikasi dapat berupa individu, kelompok dan lain-lain.
- b. Pesan
Isi yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan.
- c. Media (*channel*)
Suatu alat untuk mengirim pesan kepada komunikan baik secara langsung ataupun tidak langsung.
- d. Komunikan/ penerima
Seseorang atau sekelompok yang menerima pesan dari sumber yang diterima oleh komunikan dari komunikator.
- e. Efek (*effect*)
Dampak yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan.

Komunikasi membawa banyak perubahan dalam tatanan kehidupan, komunikasi tentunya memiliki fungsi yang dapat digunakan oleh setiap individu atau kelompok sebagai pemenuhan kebutuhan hidupnya. Saat berkomunikasi tentu saja tidak terlepas dari fungsi komunikasi itu sendiri. Menurut (Effendy, 2005) mengatakan bahwa proses komunikasi tidak lepas dari bentuk dan fungsinya komunikasi, dimana komunikasi yang baik tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Berikut ini adalah fungsi dari berkomunikasi, yaitu:

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
Selain memiliki fungsi menyampaikan informasi, komunikasi juga dapat menyampaikan isyarat, pesan maupun opini. Adanya informasi tentunya akan memberikan manfaat kepada si penerima.

b. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi memiliki fungsi yaitu mendidik, komunikasi dapat menjadi sarana pendidikan. Melalui komunikasi setiap orang dapat berbagi pikiran dan gagasan dengan individu lainnya, dengan begitu informasi dan ilmu pengetahuan akan didapatkan.

c. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi dapat memberikan hiburan bagi kehidupan, seperti dalam kehidupan sehari-hari misalnya saja menyampaikan informasi melalui lagu.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi merupakan suatu alat yang bisa digunakan untuk memberi pengaruh, seperti kegiatan motivasi yang bertujuan untuk mendorong orang untuk lebih maju dan mengubah sikap dan perilakunya.

Kegiatan komunikasi bukan hanya tentang memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh lawan bicara, namun dalam komunikasi juga harus mempunyai tujuan didalamnya. Adapun tujuan komunikasi menurut (Effendy, 2013) yaitu:

a. Perubahan sikap

Memberikan informasi kepada individu atau kelompok dengan tujuan dapat merubah sikap yang diharapkan sesuai dengan tujuan komunikasi

b. Perubahan pendapat

Memberikan informasi kepada individu maupun kelompok dengan tujuan untuk memberikan perubahan argumen atau persepsi terhadap tujuan komunikasi yang dilakukan

c. Perubahan Perilaku

Memberikan informasi kepada individu maupun kelompok dengan tujuan untuk menimbulkan perubahan perilaku

d. Perubahan Sosial

Memberikan informasi dengan tujuan kesediaan atau partisipasi dalam mendukung informasi yang disampaikan.

Agar sebuah komunikasi terjalin dengan baik dan benar, maka seorang komunikator harus menggunakan teknik komunikasi yang tepat. Yaitu:

a. Informatif (*Informative Communication*)

Komunikasi Informatif adalah suatu pesan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya. Teknik ini berdampak kognitif, pasalnya komunikasi hanya mengetahui saja. Seperti halnya dalam penyampaian berita dalam media cetak maupun elektronik. Biasanya teknik informatif yang digunakan oleh media bersifat asosiasi, yaitu dengan cara menumpangkan penyajian pesan pada objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. komunikasi informatif adalah suatu teknik komunikasi yang dilakukan agar orang lain (komunikas) mengerti dan tahu. Komunikasi informatif biasanya di temukan pada semua bentuk komunikasi personal, bentuk komunikasi media, ataupun bentuk komunikasi massa. Komunikasi informatif memiliki tiga hal yang harus diperhatikan agar komunikasi informatif ini dapat berhasil yaitu memiliki urusan menarik perhatian, mengusahakan agar komunikasi bersedia menerima isi pesan dan komunikasi bersedia menyimpan isi pesan.

b. Persuasif (*Persuasive Communication*)

Persuasif, yakni agar orang lain yang diajak berkomunikasi bersedia menerima sesuatu faham atau keyakinan, dan mau melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Persuasif yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Tetapi komunikasi ini hanya digunakan kepada komunikasi yang potensial saja, artinya tokoh yang mempunyai jajaran dengan pangkatnya atau anah buahnya dalam jumlah yang sangat banyak sehingga apabila ia berhasil diubah sifatnya atau ideologinya, maka seluruh jajaran mengikutinya.

Dapat disimpulkan komunikasi merupakan kunci utama dalam memberikan informasi dan menciptakan persuasif yang efektif. Dalam menyampaikan informasi, kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan dengan jelas dan tepat sangat penting agar penerima pesan dapat memahami dengan baik. Selain itu, unsur persuasi dalam komunikasi menjadi keterampilan yang tak kalah penting, terutama dalam memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Dalam konteks ini hal-hal yang dapat dianalisis yaitu ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman. Keempat level tersebut oleh Rulli Nasrullah (2017). Bagaimana struktur yang ada dari medium di internet baik misalnya tampilan media yang ada, melihat sisi isi (pemaknaan teks/grafis) yang tentunya memiliki pesan komunikasi, sisi interaksi yang terjadi di media siber, motif, efek, hingga manfaat pesan yang disajikan dalam media. Sedangkan penggunaan bahasa yang persuasif, pendekatan yang meyakinkan, dan pemilihan argumen yang relevan dapat memperkuat pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, kemahiran dalam berkomunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi yang akurat, tetapi juga memperhatikan aspek persuasi untuk mencapai tujuan komunikatif yang diinginkan melalui konten yang dibuat.

2.3 Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media adalah sarana disertai dengan teknologinya. Sedangkan sosial adalah kenyataan sosial yang bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Berikut ini beberapa definisi media sosial dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli (dalam Nasrullah,2017), antara lain:

- a. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten.

- b. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi
- c. Menurut Meike dan Young, media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu

Pada dasarnya, media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri (Cahyono,2016). Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya. Menurut (Nasrullah,2017) karakteristik media sosial, yaitu:

- a. Jaringan (*Network*)

Kata jaringan berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yang terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektrik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, dan tablet. Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*.

b. Informasi (*informations*)

Informasi menjadi entitas yang penting dalam media sosial. Sebab, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti *informational*, serta pengetahuan atau *knowing*. Menurut (Sugiharti,2014) terdapat lima karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dalam segi-segi kehidupan masyarakat, yakni:

1. Informasi merupakan bahan baku ekonomi;
2. Teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu;
3. Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi;
4. Ketika teknologi informasi dan logika jaringan tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, oransasi dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus menerus diciptakan.
5. Teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu.

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah, maka informai itu tidak akan hilang

begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi informasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Sebuah video yang diunggah di YouTube bisa jadi mendapat banyak komentar bukan dari pengguna yang mengunjungi YouTube, melainkan melalui *platform* lainnya. Bisa jadi video itu dibagi melalui media sosial lainnya. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini, pengguna media lama atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya. Sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

e. Simulasi (*Simulation*)

Sosial Simulasi adalah kesadaran akan yang nyata di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas. Proses simulasi itu terjadi karena perkembangan teknologi komunikasi serta kemunculan media baru yang menyebabkan individu semakin menjauh dari realitas.

f. Konten oleh pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut sebagai “*their own individualised place*”, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Ini merupakan kata kunci untuk mendekati media sosial sebagai media baru. Teknologi yang memungkinkan produksi serta sirkulasi konten yang bersifat massa dan dari pengguna. Bentuk ini adalah format baru dari budaya interaksi di mana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang *online* pada lain sisi. Misalnya di Instagram, media sosial yang kontennya adalah gambar atau video *reels* memberikan perangkat atau fasilitas mengupload foto atau video baik di *feed* maupun berupa *story*. Unggahan yang dilakukan pengguna tentunya dapat dilihat oleh pengikut bahkan jika akun Instagram tersebut merupakan akun umum seperti @humas_poldalampung yang dapat dijangkau oleh pengguna manapun walaupun tidak mengikuti akun Instagram @humas_poldalampung.

2.3.1 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik instagram sendiri. 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 (Atmoko,2012). Instagram banyak digunakan karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat

memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberikan kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto maupun *video reels*. Konsep jejaring sosial dengan *follow*, *like*, dan populer yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya.

Pengguna *smartphone* menjadi lebih gemar memotret. Namun, tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar maupun *video reels* dan merupakan komunikasi yang berbeda. Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang dapat memanjakan para penggunanya. Hingga saat ini Instagram terus mengembangkan fitur-fitur terbaru agar para pengguna tidak merasa bosan. Menurut (Atmoko,2012) fitur-fitur Instagram antaralain:

a. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Selain itu untuk menemukan teman-teman di Instagram, dapat juga menggunakan link yang dihubungkan dengan akun media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter.

b. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari semua pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat

saat pengguna mengakses aplikasi (Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru).

c. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian menulis apapun yang akan diberikan komentar terkait postingan tersebut setelah itu tekan tombol *send*.

d. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang akan dimasukkan ke dalam *explore feed*.

e. *Profile*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil dapat diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah di *upload*, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

f. *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *New feed* memiliki dua jenis tab yaitu *following* dan *new*. Tab *following* menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, maka tab *news* menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto

pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

g. Mengunggah Foto/Video dengan *Caption* (Posting)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Di Instagram, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Untuk video sendiri, video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukkan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

Instagram merupakan salah satu media baru yang sangat populer dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Dengan jangkauan yang mencakup luas, platform ini telah menjadi wadah bagi individu dan organisasi untuk membagikan berbagai jenis informasi, mulai dari berita terkini hingga pengetahuan dan wawasan. Melalui fitur-fitur seperti posting gambar, video, dan cerita, Instagram memungkinkan penggunanya untuk menyampaikan pesan secara visual dan menarik. Selain itu, fitur pencarian dan penandaan lokasi memudahkan pengguna untuk menemukan informasi yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka. Selain itu, dengan adanya fitur-fitur seperti IGTV dan Reels, Instagram memberikan ruang lebih bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan informasi dengan cara yang kreatif dan menarik. Dengan demikian, Instagram telah menjadi *platform* yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak yang lebih luas secara instan.

Dalam penelitian ini, media sosial Instagram dianggap sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat karena kemudahan dan jangkauannya yang luas. Tingginya jumlah pengguna dan kecepatan dalam menyebarkan informasi memberikan keunggulan dalam mencapai target. Tugas Humas sebagai garda terdepan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat memanfaatkan Instagram sebagai saluran komunikasi utama. Melalui *platform* ini, informasi terkait himbuan berkendara dan informasi lalu lintas dapat disampaikan dengan lebih mudah dan efisien. Dengan demikian, Instagram tidak hanya digunakan sebagai alat untuk memberikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat, khususnya dalam hal keselamatan berkendara dan pengetahuan tentang lalu lintas. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram dalam konteks ini memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya tertib berlalu lintas.

2.3.2 Engagement Rate

Menurut Rohadian et.al (2019), *Engagement rate* adalah sebuah matrik dasar yang digunakan pada sosial media untuk mengukur performa sebuah konten pada sosial media seperti Twitter, Instagram, Facebook, Tiktok. *Engagement rate* biasanya digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan dari interaksi yang terjadi pada konten. Menurut (Rohadian et.al,2019) mengatakan bahwa kunci dari *Engagement* (Komunikasi dan Interaksi) adalah umpan balik (*feedback*) atau tanggapan terhadap pesan dan konten pada media sosial. Komunikasi yang baik adalah ketika audiens memberikan perhatian dalam wujud respon, interaksi pada media sosial terbagi menjadi 3 (tiga), yaitu:

- a. *Conversation* : Aktivitas percakapan pengguna;
- b. *Amplification* : Aktivitas penyebaran;
- c. *Applause* : Aktivitas respon singkat

Menghitung interaksi atau hasil respon dari konten yang dibuat cukup penting dalam menentukan kesuksesan, hal ini yang membuat *engagement rate* perlu ditingkatkan. *Engagement rate* tidak hanya bisa mengukur nilai angka keberhasilan atau kegagalan suatu konten di sosial media, tapi juga memberikan pengetahuan bagaimana keterlibatan pengikut dan pengguna pada sosial media. *Followers* bukan yang menjadi penentu keberhasilan suatu akun melainkan interaksi yang terjalin di dalamnya, jika interaksi buruk maka akun tidak akan bisa membantu dalam promosi. Dalam menghitung *engagement rate* berbeda-beda pada tiap media sosial karena interaksi setiap sosial media berbeda-beda, seperti pada Instagram akan memperhitungkan pengikut, *like*, komen dan *saves*.

Dapat disimpulkan *engagement rate* merupakan metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat interaksi audiens dengan konten di media sosial atau *platform* digital lainnya. Metrik ini mencakup berbagai bentuk interaksi, seperti *likes*, komentar, *shares*, *saves*. Dalam penelitian ini *engagement rate* sangat penting karena dapat memberikan wawasan tentang seberapa efektif suatu konten dalam menarik dan melibatkan audiens. Tingkat *engagement* yang tinggi biasanya menunjukkan bahwa konten tersebut relevan dan menarik bagi audiens, sedangkan tingkat *engagement* yang rendah bisa menjadi indikasi bahwa konten tersebut kurang menarik atau tidak mencapai target audiens dengan baik.

2.4 Analisis Media Siber

Analisis media siber merupakan proses dalam menganalisis sebuah konten dalam media sosial. Setiap level dalam analisis media siber memberikan gambaran bagaimana bagaimana realitas di dunia virtual mulai dari bagaimana di produksi, makna yang muncul, relasi antara realitas *offline* dan *online* (Nasrullah, 2017). Keberadaan media siber seperti internet dapat melampaui pola penyebaran pesan media tradisional. Khalayak pada media siber tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu. Lingkungan media siber (*cyberspace*) telah membawa tawaran pemikiran baru terhadap riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, tetapi mulai melibatkan teknologi komunikasi. Hymes (dalam Zainal, 2018) memberikan tiga aspek dasar dalam melakukan etnografi, yakni melihat berbagai informasi atau wawasan yang berbeda, mencari spesifikasi informasi yang lebih unik atau berbeda, dan memberikan kesimpulan dari informasi tersebut. Metode yang digunakan untuk meneliti sekaligus menganalisis fenomena, fokus atau entitas dari riset yang dilakukan dengan medium (*field*) di internet. Dengan pendekatan dalam melihat realitas penggunaan internet yang melihat bahwa pengalaman di *online* memiliki koneksi atau hubungan secara *offline*. Karena itu, ada sebuah metode dalam menguraikan budaya dan artefak budaya di internet melalui metode analisis media siber (Nasrullah, 2017). Dalam metode ini terdapat empat level, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), pengalaman (*experimental stories*). Ruang media dan dokumen media berada dalam unit mikro atau teks. Sementara, objek media dan pengalaman berada dalam unit makro atau konteks. Untuk lebih lengkapnya, berikut adalah penjelasan dan panduan singkat tentang analisis media siber yang digunakan baik dalam mengumpulkan data maupun menganalisisnya:

a. Ruang Media (*Media Space*)

Level ruang media yaitu struktur perangkat media dan penampilan terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis. Dalam ruang media, level ini dapat mengungkap bagaimana struktur media jurnalisme seperti bagaimana membuat akun, prosedur memublikasikan konten, maupun aspek grafis dari tampilan media. Pada level ini peneliti memosisikan diri sebagai pengamat dan partisipan. Fokus data yang dikumpulkan tidak sekedar melihat tampilan yang ada di media siber, tetapi juga melihat prosedur dari media tersebut.

b. Dokumen Media (*Media Archive*)

Level dokumen media digunakan untuk melihat bagaimana isi sebagai suatu teks dan makna yang terkandung di dalamnya yang dipublikasikan melalui media siber. Teks yang dibangun oleh pengguna (*encoding*) menjadi sorotan penting dalam level ini untuk diterjemahkan (*decoding*). Karena di level inilah peneliti media siber bisa mengetahui bagaimana representasi dari pengguna atau khalayak itu sendiri. Teks, tidak sekedar mewakili pendapat atau opini pengguna media siber, teks bisa menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, hingga merepresentasikan identitas dari khalayak. Pada level ini, teks yang dipublikasikan itulah yang akan menjadi pusat perhatian, yang terfokus pada teks, baik itu kalimat, foto, video, maupun perwakilan visual lainnya.

c. Objek Media (*Media Object*)

Pada level ini, objek media merupakan unit yang spesifik karena peneliti bisa melihat bagaimana aktivitas dan interaksi pengguna maupun antar-pengguna, baik dalam unit mikro maupun unit makro. Dalam level ini data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber maupun konteks yang

berdapa di sekitar teks itu. Dalam level ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data di mana peneliti memfokuskan pada riset di lapangan, melakukan observasi, mengajukan pertanyaan kepada subjek, berpartisipasi pada aktivitas komunitas, dan melakukan pengujian atas bagaimana persepsi yang ada, hanya saja terjadi di media siber. Jika pada level dokuman media peneliti hanya memfokuskan pada teks dari produser, maka pada level ini peneliti mengalihkan pada teks dari produser, maka pada level ini peneliti mengalihkan pada bagaimana teks itu ditanggapi atau berinteraksi dengan pengguna siber lainnya.

d. Pengalaman (*Experiential Stories*)

Pada level pengalaman media, level ini menjembatani antara dunia virtual dan dunia nyata. Terutama untuk melihat dan mengungkap bagaimana motif yang melandasi pengguna dalam memanfaatkan dan memublikasikan isi di media jurnalisme warga serta untuk melihat apakah yang terjadi di dalam jaringan (*online*), juga memberikan pengaruh pada dunia nyata (*offline*). Pada tataran level makro ini, peneliti akan mencari bagaimana motif atau landasan bagaimana teks itu diproduksi dan memberikan dampak. Dalam level ini peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual (*online*) dengan realitas yang ada di dunia nyata (*offline*).

Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa analisis media siber pada dasarnya dilakukan untuk menganalisis bagaimana realitas yang terjadi secara *offline* dan *online*. Dalam hal ini, analisis media siber melibatkan berbagai aspek penting seperti proses pembuatan konten, yang mencakup motif dan tujuan dibuatnya akun media sosial. Selain itu, analisis juga berfokus pada isi dan pemaknaan teks yang ada dalam konten tersebut. Analisis media siber juga dapat menganalisis efek yang ditimbulkan oleh konten tersebut kepada masyarakat juga menjadi perhatian utama. Hal ini

mencakup bagaimana masyarakat merespons dan terpengaruh oleh informasi yang disebarkan melalui media siber, yang pada akhirnya mempengaruhi persepsi dan tindakan mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, analisis media siber merupakan landasan untuk memahami bagaimana Humas Polda Lampung menyebarkan informasi melalui konten di Instagram khususnya konten himbauan berkedara dan informasi lalu lintas. Dalam konteks ini, analisis media siber digunakan untuk melihat bagaimana realitas yang terjadi secara *offline* dan *online*, mulai dari proses pembuatan konten yang mencakup apa motif dan tujuan dibuatnya akun media sosial, bagaimana isi dan pemaknaan teks yang disajikan dalam konten, dan bagaimana efek/dampak yang diberikan. Dengan demikian, analisis media siber ini tidak hanya mengevaluasi efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut mempengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap lalu lintas dan keselamatan berkendara.

2.5 Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah proses yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan pendapat yang diekspresikan dalam teks, terutama untuk menentukan sikap penulis terhadap topik tertentu, apakah itu positif, negatif, atau netral, Akbari (dalam Luqyana, et al., 2018). Selain itu analisis sentimen merupakan bidang ilmu yang menganalisis pendapat, sikap, evaluasi, dan penilaian terhadap suatu peristiwa, topik, organisasi, maupun perseorangan, Liu (dalam Luqyana, et al., 2018). Terdapat beberapa tipe analisis sentimen yaitu:

a. *Emotion Detection*

Analisis ini digunakan untuk mendeteksi emosi/perasaan. Emosi dan perasaan dapat dianalisis melalui *text* atau daftar kata yang mencerminkan emosi tertentu.

b. *Graded Sentiment*

Graded sentiment biasanya digunakan untuk menganalisis opini seperti penilaian terhadap produk. Opini yang telah dianalisis akan menghasilkan respon yang sangat positif.

c. *Aspect Based*

Aspect Based digunakan untuk mengetahui kalimat atau opini yang mengandung makna positif atau negatif.

d. *Multilingual*

Digunakan untuk menganalisis kata-kata dalam berbagai bahasa. Tipe analisis ini cukup sulit, karena harus memiliki daftar kata-kata dari bermacam-macam bahasa.

Secara keseluruhan, keempat tipe analisis sentimen ini memberikan kemudahan untuk memahami opini dan emosi dalam teks. Tipe analisis sentimen dapat membantu dalam mengelola hubungan, mengembangkan produk, dan merumuskan strategi berdasarkan wawasan yang diperoleh dari umpan balik pengguna. Meskipun masing-masing pendekatan memiliki tantangan tersendiri, adanya kombinasi dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang sentimen yang terkandung dalam data teks. Menurut (Ardiani et.al, 2020) terdapat beberapa kelas dalam analisis sentimen, yaitu:

a. Sentimen Positif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau disingkat menjadi KBBI, sentimen positif merupakan sebuah reaksi atau sikap yang meningkatkan nilai seseorang atau terhadap sesuatu;

b. Sentimen Negatif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sentimen negatif merupakan sebuah reaksi atau sikap yang bisa menurunkan nilai seseorang atau terhadap sesuatu hingga membuat tren menjadi *down*. Kalimat yang bersentimen negatif ditandai dengan penggunaan kata yang negasi. Biasanya negasi ini digunakan untuk mengubah pola dari suatu pernyataan

c. Sentimen Netral

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau disingkat menjadi KBBI, sentimen negatif merupakan sebuah reaksi yang tidak berpihak. Biasanya kalimat sentimen netral ini tidak memiliki ekspresi kalimat yang tidak bersifat positif maupun kalimat

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis sentimen adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk menganalisis sentimen yang terkandung dalam teks pada sebuah konten. Fokus utamanya adalah pada identifikasi, pemahaman, dan evaluasi perasaan yang tercermin dalam informasi tersebut. Dengan menganalisis kata-kata dan konteksnya, analisis sentimen membantu dalam menentukan apakah suatu teks atau data bersifat positif, negatif, atau netral. Pentingnya teknik ini terletak pada pemahaman mendalam tentang persepsi dan emosi yang terkait dengan suatu topik atau kejadian. Hasil dari analisis sentimen dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari pengambilan keputusan hingga pengembangan strategi komunikasi. Dengan menganalisis teks yang terkandung dalam konten tersebut, kita dapat mengetahui seberapa efektif pesan-pesan tersebut dalam menimbulkan respons yang diharapkan dari masyarakat.

Sebagaimana dalam penelitian ini, analisis sentimen berperan penting untuk menganalisis bagaimana teks yang terkandung dalam konten himbuan berkendara dan informasi lalu lintas dalam media sosial Instagram @humas_poldalampung. Melalui pemahaman teoritis tentang analisis sentimen, penelitian ini dapat menganalisis bagaimana emosi/perasaan yang diberikan. Emosi dan perasaan dapat dianalisis melalui *text* atau daftar kata yang mencerminkan emosi tertentu. Dengan demikian, studi ini menyoroti bagaimana konten Instagram @Humas_poldalampung dapat mencegah kecelakaan yang terjadi di Bandar Lampung.

2.6 Kajian Tentang Respon

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, respon adalah reaksi psikologis-metabolik terhadap tibanya suatu rangsangan. Ada yang bersifat otomatis seperti refleks dan reaksi emosional langsung, ada pula yang bersifat terkendali. Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (2007) menguraikan bahwa respons adalah reaksi yang terjadi dalam diri seseorang telah menerima pesan. Selain itu respon juga dikenal dengan sebutan umpan balik (*feed back*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik tidaknya suatu komunikasi.

Menurut Louis Thursone (dalam Subandi, 1982) respon merupakan jumlah kecenderungan dan perasaan, kecurigaan dan prasangka, pemahaman yang mendetail, ide-ide, rasa takut, ancaman dan keyakinan tentang suatu hal yang khusus. Pengertian tersebut dapat diketahui bahwa cara pengungkapan sikap dapat melalui, yaitu:

- a. Pengaruh atau penolakan;
- b. Penilaian;
- c. Suka atau tidak suka;
- d. Kepositifan atau kenegatifan suatu objek psikologi.

Perubahan sikap dapat menggambarkan bagaimana respon seseorang atau sekelompok orang terhadap objek-objek tertentu seperti perubahan lingkungan atau situasi lain. Sikap atau respon positif cenderung menyenangkan, mendekati dan mengharapkan suatu objektif, seseorang disebut mempunyai respon positif dilihat dari tahap kognisi, afeksi, dan psikomotorik. Sebaliknya seseorang mempunyai respon negatif apabila informasi yang didengarkan atau perubahan suatu objek tidak mempengaruhi tindakan atau justru menghindar dan membenci objek tertentu. Menurut Dollard dan Miller (dalam Rahmat, 2007) mengemukakan bahasa memegang peranan penting dalam pembentukan respon masyarakat. Respon-respon tertentu terikat dengan kata-kata, dan oleh karena itu, ucapan dapat berfungsi sebagai mediator atau menentukan hirarki mana yang bekerja. Artinya sosialisasi yang mempergunakan bahasa, baik lisan

maupun tulisan merupakan media strategis dalam pembentukan respon masyarakat. Apakah respon tersebut berbentuk respon positif atau negatif, sangat tergantung pada sosialisasi dari objek yang akan direspon. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa respon adalah sesuatu yang timbul akibat adanya peristiwa atau kejadian. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffe (dalam Rahmat,2007) maka respon itu sendiri terbagi menjadi tiga diantaranya yaitu:

a. Komponen Kognitif (Pengetahuan)

Respon kognitif berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap apa yang dipahami atau dipersepsikan oleh khayalak.

b. Komponen Afektif (Sikap)

Respon afektif berhubungan dengan emosi, sikap dan nilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khayalak terhadap sesuatu.

c. Komponen Konatif (Tindakan)

Respon yang berhubungan dengan perilaku nyata, meliputi tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Dengan kata lain respon ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa respon sangatlah penting dalam proses berkomunikasi. Respon menjadi salah satu komponen keberhasilan dari pesan yang disampaikan. Dalam penelitian ini, respon digunakan untuk melihat bagaimana *follower* memberikan tanggapan terhadap konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Analisis respon dapat mengukur efektivitas pesan yang disampaikan serta memahami sejauh mana *follower* memperhatikan dan mematuhi himbauan tersebut. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan tidak hanya diterima, tetapi juga dipahami dan diimplementasikan dengan baik oleh pengguna/*follower*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif interpretatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang melibatkan perspektif partisipan dengan beragam pendekatan bersifat interaktif seperti observasi langsung, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumen, dan teknik pendukung (Sodik & Siyoto, 2015). Sedangkan deskriptif adalah sebuah penelitian dengan teknik pengumpulan data seperti melakukan wawancara, observasi dan studi pustaka. Pendekatan interpretatif adalah sebuah kerangka kerja dalam konteks sosial yang memaknai perilaku dengan cermat melalui pengamatan langsung (Newman, 1997). Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif interpretatif ini digunakan peneliti untuk menggambarkan data serta informasi yang digali untuk mendeskripsikan secara sistematis mengenai bagaimana cara Humas Polda Lampung mendesain pesan dalam konten Instagram @humas_poldalampung sebagai informasi lalu lintas kepada masyarakat untuk mencegah kecelakaan.

Sumber analisis utama dalam penelitian ini menggunakan sepuluh konten yang di *upload* oleh bidang Humas Polda Lampung melalui akun Instagram @humas_poldalampung. Dari sepuluh konten tersebut akan dikumpulkan kemudian dideskripsikan dan diinterpretasikan menggunakan analisis media siber yaitu dokumen media dan pengalaman menurut Rulli Narullah untuk dapat menemukan isi, ideologi, infografis, motif, efek dan manfaat yang terdapat dalam konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas untuk mencegah kecelakaan di Bandar Lampung.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini melakukan analisis terhadap akun Instagram, sehingga lokasi penelitian dilakukan di akun Instagram. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung secara daring melalui akun Instagram @humas_poldalampung. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian, peneliti melakukan analisis terhadap beberapa konten yang terdapat dalam akun tersebut khususnya konten informasi lalu lintas dan himbauan berkendara. Selain melakukan analisis pada akun Instagram @humas_poldalampung, peneliti juga turun lapang secara langsung pada bidang Humas Polda Lampung yang beralamat di Jl. Terusan Ryacudu, Way Hui, Kec. Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, khususnya pada subbid multimedia.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif memiliki tujuan penting yaitu sebagai pembatas dalam melakukan penelitian. Hal ini dapat bermanfaat pada saat pengumpulan data, di mana peneliti dapat langsung diarahkan untuk fokus memilah data yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Menghindari pengumpulan data yang terlalu banyak dan secara asal-asalan merupakan harapan dari adanya fokus penelitian. Terlebih pada saat melakukan sesi wawancara dengan para informan (Moleong, 2017). Dalam penelitian ini berfokus dalam menganalisis sepuluh konten tentang informasi lalu lintas dan himbauan berkendara bidang Humas Polda Lampung untuk menemukan pesan atau informasi dalam konten tersebut. Kemudian peneliti memaparkan dan menganalisis data yang diperoleh dengan menggunakan metode etnografi virtual dengan analisis media siber menurut (Nasrullah, 2017). Adapun cara untuk menganalisis konten tersebut menggunakan dua level yaitu ruang dokumen media (*media archive*), dan pengalaman (*experiential stories*).

3.4 Penentuan Informan

Informan kunci adalah orang yang mempunyai pengetahuan atau informasi mengenai suatu hal atau peristiwa tertentu. Kualifikasi tersebut dimiliki oleh orang yang bersangkutan, baik karena kedudukannya sebagai orang yang berwenang pada jabatan tertentu maupun karena kegiatannya dalam proses dibidang tertentu. Orang tersebut dipilih untuk dijadikan informan dengan pertimbangan yang bersangkutan memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti tentang objek penelitiannya (Moleong, 2004). Pada penelitian ini penentuan informan dipilih secara *purpose sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Adapun pertimbangan yang dimaksud adalah dengan memilih sumber data atau orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan. Informan dalam penelitian ini adalah anggota Divisi Humas Polda Lampung khususnya sub bidang multimedia. Adapun yang menjadi kriteria informan dalam penelitian ini yaitu anggota subbid multimedia Humas Polda Lampung, memegang, mengawasi serta menjalankan tugas publikasi media sosial Instagram, terlibat secara mendalam pada pembuatan konten pada media sosial Instagram, dan bersedia diwawancarai. Informan pada penelitian ini diambil sebanyak tiga informan kunci yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3 Informan Kunci

No	Nama	Kode Informan	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Agustin Anjar, A.Md	AA	48	Perempuan	Kassubid Multimedia
2	Agus Navirgo, S.Kom	AN	44	Laki-Laki	Penata TK1
3	Dwi Kurniawan	DK	29	Laki-Laki	Penata TK1

Selain itu informan dalam penelitian ini juga diambil dari *follower* akun Instagram @humas_poldalampung. *Follower* Instagram dipilih dengan alasan sebagai informan pelengkap untuk melihat seberapa besar dampak yang diberikan konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Adapun yang menjadi kriteria pada informan ini yaitu:

- a. *Follower* Instagram @humas_poldalampung
- b. Memiliki jejak digital *like* atau *comment* di postingan himbauan berkendara dan informasi lalu lintas @humas_poldalampung
- c. Tidak ditentukan berdasarkan jenis kelamin
- d. Bersedia diwawancarai.

3.5 Sumber Data

Sumber data adalah sumber yang merujuk pada subjek yang menjadi asal data yang digunakan pada penelitian. Dalam konteks ini, sumber data bisa diartikan sebagai objek atau individu yang menjadi tempat di mana peneliti mengobservasi, membaca atau bertanya tentang informasi tertentu (Rahmadi, 2011). Jenis data berdasarkan derajat datanya, terbagi menjadi: Untuk mendukung tersedianya data yang akurat maka dalam penelitian ini dibutuhkan jenis data yang bersumber dari:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan untuk bisa diamati dan dicatat secara mendalam. Sumber utama pada penelitian adalah dokumentasi dan observasi konten media sosial Instagram @humas_poldalampung yang dipilih secara *purposive*. Peneliti memilih 10 konten yang diunggah selama bulan April 2023 – November 2023. Dalam hal ini penulis memilih 10 konten khusus himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara di lokasi penelitian yaitu di Divisi Humas Polda Lampung sub bidang multimedia.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber kedua atau sumber-sumber lain yang diperlukan. Penggunaan data kedua ini bertujuan untuk memberikan dukungan dalam mengungkapkan data yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai sumber data kedua atau data sekunder berupa buku, jurnal, artikel, karya ilmiah, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang relevan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, maka dibutuhkan sebuah teknik yang sesuai untuk mengumpulkan beragam sumber data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

a. Observasi

Pengumpulan data dengan menggunakan observasi berperan serta ditunjukkan untuk mengungkapkan makna suatu kejadian dari setting tertentu, yang menggunakan perhatian esensial dalam penelitian kualitatif. Observasi berperan serta dilakukan untuk mengamati objek penelitian, seperti tempat khusus suatu organisasi, sekelompok orang, atau beberapa aktivitas suatu sekolah (dalam Salim dan Syahrudin, 2012:114). Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan observasi dengan mencari tahu mengenai konten Instagram @humas_poldalampung, dan sebagainya dengan cara mengamati konten sepuluh konten Instagram khususnya konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Selanjutnya, menganalisis bagaimana (1) bagaimana dokumen media (*media archive*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung (2) bagaimana pengalaman (*experiential stories*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung.

b. Wawancara

Wawancara akan dilakukan terhadap informan sebagai sumber data dan informasi yang dilakukan dengan tujuan penggalian informasi terhadap fokus penelitian. Wawancara ini dilakukan untuk mengkonstruksi sebuah kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, tuntutan, dan lainnya dengan percakapan yang dilakukan dua orang atau lebih dan diarahkan oleh seseorang guna memperoleh keterangan (dalam Salim dan Syahrudin,

2012:119). Wawancara ini akan dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai bidang humas Polda Lampung khususnya subbid multimedia yang menjalankan tugas publikasi melalui media sosial salah satunya Instagram.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan data yang digunakan peneliti yang berkaitan dengan fokus penelitian. Dokumen dapat berupa foto, catatan, atau dokumen penting yang berkaitan dengan fokus penelitian (dalam Salim dan Syahrudin, 2012:119). Dokumen yang digunakan peneliti berupa foto (postingan) yang dipublikasikan di Instagram oleh subbid multimedia bidang Humas Polda Lampung.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam penulisan skripsi. Peneliti mendapatkan data dan informasi dengan menggunakan literatur bahan dan referensi yang didapat melalui sumber-sumber bacaan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah-langkah mengatur urutan data, pengorganisasian data menjadi pola, kategori, dan unit dasar, yang kemudian diikuti oleh interpretasi data. Secara sederhana, teknik analisis data digunakan untuk menyederhanakan data agar mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan (Rahmadi, 2011). Pada tahap ini, peneliti harus mampu mengolah temuan penelitian menjadi bentuk data yang lebih terstruktur. Data ini kemudian diolah untuk menyusun kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan model interaktif yang diperkenalkan Miles dan Huberman untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian. Adapun komponen analisis data model interaktif yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap awal ini, data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan informasi untuk menjawab tujuan penelitian. Setelah data terkumpul kemudian data tersebut direduksi.

b. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi di lapangan direduksi dengan cara meringkas, memilah dan menekankan pada aspek berdasarkan tujuan penelitian. Dalam hal ini peneliti mereduksi data dengan memilih, mengkategorisasikan, serta meringkas dari catatan lapangan serta dokumentasi mengenai bagaimana dokumen media dalam akun Instagram @humas_poldalampung dan bagaimana pengalaman dalam akun Instagram @humas_poldalampung. Data ini kemudian direduksi serta difokuskan pada salah satu tipe analisis sentimen yaitu *emotion detection* analisis untuk melihat emosi/perasaan dan menggunakan teori perubahan sikap yaitu kognitif, afektif, dan konatif menurut Steven M.Chaffe untuk melihat bagaimana efek yang diberikan oleh konten tersebut. Apakah sepuluh konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas termasuk dalam konten persuasif dan informatif.

c. Penyajian Data

Setelah sebuah data selesai dikumpulkan dan direduksi, tahap selanjutnya adalah penyajian data. Data yang diperoleh dan dianalisis berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, hasil tersebut kemudian diuraikan secara narasi pada hasil penelitian. Penyajian narasi juga diperkuat dengan sepuluh konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas untuk menambah informasi data yang disajikan.

d. Interpretasi Data

Interpretasi atau pemaknaan terdapat di pikiran manusia yang merupakan hasil konstruksi sosial manusia yang merupakan ciri khas dari prinsip dasar riset kualitatif. Interpretasi ini akan mengartikan analisis yang telah dilakukan, mencari hubungan serta keterkaitan data yang sudah di deskripsikan. Pada penelitian ini, data yang sudah dikelompokkan kemudian dianalisis tentang bagaimana rancangan pesan, penyusunan pesan hingga bagaimana bagaimana dokumen media (media *archive*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung dan bagaimana pengalaman (*experiental stories*) dalam akun Instagram @humas_poldalampung.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian atau analisis adalah akurat, dapat diandalkan, dan relevan untuk tujuan yang ditetapkan. Selain itu keabsahan data penting untuk memeriksa kredibilitasnya agar dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif suatu realitas itu memiliki sifat majemuk atau ganda dan dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak konsisten dan berulang seperti awalnya. Keabsahan data dapat dicapai dengan berbagai macam cara pengujian, salah satunya teknik triangulasi data. Menurut Sugiyono, triangulasi data diartikan sebagai pemeriksaan ulang data dari berbagai sumber dengan berbagai metode, dan pada waktu yang berbeda. Dengan demikian, terdapat tiga teknik, yaitu triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi data sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji keabsahan data dengan mengecek informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Dalam konteks penelitian ini, digunakan sumber informan untuk diwawancarai yaitu sub bidang multimedia Humas Polda Lampung yang

memiliki pengetahuan tentang konten informasi lalu lintas dan himbauan berkendara yang dibuat dan di publikasikan melalui akun Instagram @humas_poldalampung. Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mengumpulkan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam penelitian melakukan observasi dan dokumentasi dengan sumber data yang sama yaitu pada akun Instagram @humas_poldalampung. Seperti halnya jika peneliti memperoleh informasi dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Namun informasi yang didapatkan berbeda maka peneliti akan melakukan interaksi kembali dengan informan yang bersangkutan guna memastikan informasi tersebut akurat dan terpercaya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap konten Instagram @humas_poldalampung, khususnya dalam himbauan berkendara dan informasi lalu lintas, disimpulkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda Lampung melalui akun Instagram @humas_poldalampung berhasil. Hal tersebut ditinjau berdasarkan level dokumen media dan level pengalaman yang mengacu pada metode analisis media siber yang diungkapkan oleh Rulli Nasrullah yaitu:

a. Dokumen Media (*Media Archive*)

Berdasarkan analisis terhadap dokumen media Instagram @humas_poldalampung, akun tersebut berhasil mengedukasi pengikutnya melalui konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas. Berdasarkan analisis isi, konten tersebut dapat dikategorikan sebagai konten informatif dan persuasif. Ideologi yang terkandung dalam sepuluh konten himbauan berkendara dan informasi lalu lintas tersebut bertujuan untuk memberikan informasi kepada *follower* mengenai pentingnya menaati peraturan lalu lintas dan menjaga keselamatan saat berkendara.

b. Pengalaman (*Experiential Stories*)

Keberhasilan konten ditinjau berdasarkan *insight* dari sepuluh konten tersebut, mulai dari jumlah *like* yang diberikan *follower* sebanyak 800-2000 *like* per konten dan jumlah komentar yang di berikan sebanyak 5-16 komentar per konten. Walaupun jumlah komentar yang ada belum mencapai angka seimbang dengan komentar, namun konten himbauan

berkendara dan informasi lalu lintas termasuk dalam konten yang berhasil, karena *insight* tersebut telah memenuhi kriteria *engagement* yaitu adanya komunikasi dua arah yang terjadi antara *follower* dengan konten akun Instagram @humas_poldalampung. Selain itu berdasarkan hasil analisis sentimen tipe *emotion dectetion*, komentar yang di berikan oleh *follower* termasuk dalam komentar bersifat positif.

Keberhasilan himbauan konten berkendara dan informasi lalu lintas dapat dinilai dari perubahan sikap *follower* melalui respon kognitif, afektif, dan konatif dari *follower* Instagram, yang secara signifikan memperkuat temuan penelitian ini. Meskipun desain konten masih dinilai kurang menarik, pesan yang disampaikan tetap informatif dan efektif dalam merubah sikap *follower* Instagram @humas_poldalampung. Angka kecelakaan yang menurun dari Januari 2023 sebanyak 130 kasus sampai April 2024 menjadi 63 kasus juga membuktikan adanya perubahan yang terjadi di masyarakat. Metode analisis media siber ini membuktikan bahwa adanya keterkaitan antara realitas secara *offline* dan *online*. Humas Polda Lampung telah memberikan manfaat atau realitas yang terhubung secara *offline* maupun *online*, yang mana perilaku berkendara terjadi secara nyata (*offline*).

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menganalisis konten Instagram @humas_poldalampung khususnya konten informasi lalu lintas dan himbauan berkendara. peneliti memiliki beberapa saran yang perlu diperhatikan yakni sebagai berikut:

- a. Bidang Humas Polda Lampung diharapkan terus konsisten dalam menjalankan tugas di tengah era digitalisasi yang semakin pesat. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya memaksimalkan implementasi Humas yang merupakan garda terdepan dalam sebuah instansi dalam menjalankan tugas dengan melakukan giat pelatihan dibidang multimedia.

- b. Bidang Humas Polda Lampung diharapkan bisa berinovasi dalam mendesain konten yang lebih bervariasi sesuai perkembangan zaman digital saat ini, baik dalam bentuk poster maupun video yang lebih disukai oleh masyarakat supaya lebih bisa menarik perhatian *followers* sehingga akan lebih *aware* dan lebih memperhatikan pesan dari konten yang telah dibuat. Selain itu Humas Polda Lampung dapat memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram seperti *story*, *reels* dan IGTV sehingga tampilan konten lebih menarik. Selain itu pada konten video bisa ditambahkan dengan *dubbing* sehingga tampilannya akan berbentuk audio visual.
- c. Bidang Humas Polda Lampung diharapkan terus konsisten dalam menjalankan tugas dengan menambahkan SDM Subbid multimedia khususnya Urusan Produk Kreatif Multimedia. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan merekrut bintang remaja karena milenial muda diharapkan lebih mampu beradaptasi dengan media sosial dan desain yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta:Media Kita
- Budianto, Heri. (2011). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tanggapan Masa Depan*, Jakarta:Kencana
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Human Relations dan humas*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- _____. (2005). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- _____. (2013). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Hasibuan, E. S. (2022). *Wajah polisi presisi: melahirkan banyak inovasi dan prestasi*. Murai Kencana
- Jefkins. (2009). *Public Relations*. Jakarta:Erlangga
- Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. (2007). Jakarta: Lembaga Pengkajian dan Kebudayaan Nusantara
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Kencana:Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- _____. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Miller, Katherin. (2002). *Human Communication: Perspective, Proseses, and Context*. USA: McGraw Hill
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- _____. (2018). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Newman, W L. 1997. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approache*. Boston: Allyn & Bacon
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmat, Jalaludin.(2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Raja Rosdakarya
- Rahmawati, Intan. (2022). *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta:PT Bumi Aksara
- Salim, S., & Syahrudin, S.(2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cipta Pustaka Media
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.
- Subandi, Ahmad. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang
- Sugiharti. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana-Prenada Media Grup
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Syamsul, Asep. (2009). *Jurnalistik Praktis untuk pemula*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Wiryanto. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Jurnal

Abidin Achmad, Zainal, dan Rachma Ida.(2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian: *The Journal of Society & Media*,2(2)

Ardiani, L & Tursina, T. (2020). Implementasi Sentiment Analysis Tanggapan Masyarakat Terhadap Pembangunan di Kota Pontianak. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 8(2)

Arif, Moch Choirul. (2012). Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2)

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1)

Luqyana,et al. (2018). Analisis Sentimen Cyberbullying pada Komentar Instagram dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine: *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(11)

Riska, Harihanto, & Nurmanina, A. (2013). Studi Tentang Penggunaan Internet Oleh Pelajar. *eJournal SosiatriSosiologi*, 1(4).

Rohadian, S., & Amir, M. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram: *Journal of Entrepreneurship, Management, and industry (JEMI)*,5(2)

Sadono, S. (2015). *Budaya Tertib Berlalu-Lintas: Kajian Fenomenologis Atas Masyarakat Pengendara Sepeda Motor Di Kota Bandung*. LONTAR: *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 3 (3).

Mohamad, Hasyim & Misbah.(2019). Peace Building Activism of Millennial Santri Communities through Social Media: A Netnography Study, 2(3)

Skripsi

Alamsyah, Ryan. (2018). *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.

Wulandari, Qurotun Ayun . (2022). *Kajian Tafsir Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virutal pada channel Youtube Quraish Shihab)*. Program Studi Ilmu Alqur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Zamzami, Muhammad Abid Rifqy. (2022). *Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan sebagai Media Informasi*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri

Internet

Alasan Mengapa Polisi Harus Memanfaatkan Media Sosial. (2023). Diakses Pada 22 Oktober 2023 dari <https://tribatanews.jateng.polri.go.id/2017/01/12/7-alasan-mengapa-polisi-harus-memanfaatkan-media-sosial-secara-efektif/>

Data Pengguna media sosial.(2023). Diakses pada 1 September 2023 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023>

Data Kecelakaan Bermotor di Indonesia Berdasarkan Tingkat Pendidikan.(2020). Diakses pada 1 September 2023 dari <https://hubdat.dephub.go.id/id>

Korban Kecelakaan lalu lintas didominasi usia produktif.(2023). Diakses pada 22 Oktober 2023 dari <https://dephub.go.id/post/read/korban-kecelakaan-lalin-didominasi-usia-produktif,-menhub-ajak-para-pelajar-selalu-disiplin-berlalu-lintas-dan-utautamakan>

Kecelakaan Lalu Lintas Tertinggi di Lampung Timur fan Bandar Lampung.(2023). Diakses pada 22 Oktober 2023 dari <https://lampungpro.co/post/39060/kecelakaan-lalu-lintas-tertinggi-di-lampung-timur-dan-bandar-lampung>.

Operasi Zebra Krakatau. (2023). Diaksea pada 22 Oktober 2023 dari <https://lampung.jpnn.com/lampung-terkini/4848/3-hari-operasi-zebra-krakatau-2023-ratusan-jumlah-kecelakaan>

Survei APJJI Pengguna Internet di Indonesia. (2023). Diakses pada 1 September 2023 dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas. https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_22.pdf. Diakses pada 21 Oktober 2023

Tribrata News. <https://tribratanews.polri.go.id/blog/nasional-3/tahukah-kamu-arti-logo-divisi-humas-polri-21370> Diakses 21 Oktober 2023