

---

## Pemanfaatan *Twitter* Sebagai Media Publikasi Humas Polresta Surakarta dalam Menciptakan Citra Positif

Aris Sulistiawati<sup>1</sup>, Mustaan<sup>2\*</sup>, Sofia Ningsih Rahayu P<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

\*email: [mustaan57@gmail.com](mailto:mustaan57@gmail.com)

DOI: [10.31603/bcrev.4846](https://doi.org/10.31603/bcrev.4846)

---

### Abstrak

*Twitter* merupakan salah satu media sosial yang berkembang pesat pada saat ini. Munculnya *twitter* dapat dimanfaatkan sebagai penghubung antar para penggunanya dengan informasi terbaru tentang hal yang menarik minat masyarakat. *Twitter* merupakan sarana untuk memberikan informasi kegiatan suatu instansi karena memiliki jangkauan yang luas, dan mudah diakses oleh masyarakat, sehingga menjadi pilihan humas Polresta Surakarta dalam mengaplikasikan setiap kegiatan Polresta Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *twitter* sebagai media publikasi humas Polresta Surakarta dalam menciptakan citra positif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial *twitter* yang dilakukan oleh humas Polresta Surakarta sudah dapat memenuhi 5 aspek dalam memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi antara lain: aspek kognitif yaitu humas Polresta Surakarta berusaha memenuhi kebutuhan informasi yang berkaitan dengan Polresta Surakarta. Aspek afektif yaitu humas Polresta Surakarta juga memanfaatkan fitur yang ada pada *twitter* untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Aspek integrasi personal yaitu humas Polresta Surakarta memberikan informasi mengenai prestasi-prestasi anggota kepolisian. Aspek integrasi sosial yaitu Humas Polresta Surakarta memberikan informasi mengenai kedekatan sosial antara anggota kepolisian dengan masyarakat. Aspek melepaskan ketegangan dilakukan humas Polresta Surakarta dengan memberikan informasi mengenai even atau lomba yang ada di Polresta Surakarta. Dalam menciptakan citra positif Humas Polresta Surakarta sudah memenuhi komponen pembentukan citra antara lain (persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap).

**Kata Kunci:** *Twitter*; Media Publikasi; Citra Positif



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## *Utilization of Twitters as a Publication Media for Public Relations Police Resort Surakartain Creating a Positive Image*

### **Abstract**

*Twitter is one of the fastest growing social media at this time. The emergence of Twitter can be used as a liaison between its users with the latest information about things that interest the public. One of the agencies that chose Twitter as a means of publication is the Surakarta Police because Twitter has a wide reach and is easily accessible to the public. This study aims to determine the use of Twitter as a public relations media for the Surakarta Police in creating a positive image. This research is a descriptive study with a qualitative approach. Data collection techniques using interview and documentation methods. The data obtained were analyzed descriptively by means of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study were that the use of social media twitter carried out by the Surakarta Police Public Relations has fulfilled 5 aspects in utilizing social media as a publication media, including: cognitive aspects, namely Public Relations of the Surakarta Police is trying to meet the information needs related to the Surakarta Police. The affective aspect, namely the public relations of the Surakarta Police, also utilizes the existing features on Twitter to make it easier for the public to get information. The aspect of personal integration, namely the public relations of the Surakarta Police, provides information about the achievements of the police personnel. The aspect of social integration, namely the public relations of the Surakarta Police, provides information about the social closeness between members of the police and the community. The aspect of releasing tension was carried out by the public relations of the Surakarta Police by providing information about events / competitions at the Surakarta Police. In creating a positive image, the Surakarta Police has fulfilled the components of image formation, among others (perception, cognition, motivation, and attitude).*

**Keywords:** *Twitter; Publication Media; Positive Image*

## **1. Pendahuluan**

Revolusi industri generasi ke empat atau era industri 4.0 di mana ditandai dengan kemajuan yang sangat pesat yang menyebabkan berubahnya pola komunikasi pada masyarakat, salah satu penggunaan *smartphone* yang berdampak pada komunikasi sosial adalah segala jenis media sosial atau akun di dunia maya dan segala aplikasi yang memanjakan. Sosial media adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum di dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Fonna, 2019).

Media sosial saat ini telah menjadi *trend* dalam hal memberi ataupun menerima informasi. Menurut Sellamata Sembiring selaku Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), di era globalisasi, perkembangan telekomunikasi dan informatika (IT) sudah begitu pesat. Teknologi membuat jarak tak lagi jadi masalah dalam berkomunikasi. Internet tentu saja

menjadi salah satu medianya. Kemunculan media sosial membuka ruang interaksi yang lebih luas bagi masyarakat, tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini media sosial menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Media sosial menjadi salah satu fitur berbasis teknologi internet yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia. Pengguna media sosial sendiri banyak didominasi oleh kalangan remaja. Fasilitas yang ada, dapat digunakan untuk melakukan komunikasi melalui teks, gambar, video, suara bahkan komunikasi audio visual secara langsung. (Rahadi, 2017).

Laporan perusahaan riset *We Are Social* pada bulan Januari 2020 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta atau sebesar 59% dari total populasi. Jumlah tersebut meningkat 12 juta (+8,1%) antara april dan januari 2020 dari survei sebelumnya. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi. Naiknya *traffic* disebabkan oleh tingginya akses masyarakat terhadap media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *line* dan *twitter* (Social, 2020). Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan terkini dari teknologi *website* berbasis internet, yang memudahkan setiap orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan kontennya sendiri. Postingan *blog*, *tweet*, atau video *youtube* dapat diproduksi dan dilihat langsung oleh jutaan orang. (Zarella, 2010).

Media sosial sangat mudah di akses menggunakan *smartphone* atau fasilitas internet yang ada di rumah. Salah satu media sosial yang populer saat ini adalah *twitter*. Sejak diluncurkannya pada tahun 2006 pengguna *twitter* aktif sampai saat ini mencapai 321 juta pengguna. *Twitter* pernah mengalami pertumbuhan yang cepat pada tahun 2013 di mana pada saat itu terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di *twitter*, 200 juta diantaranya adalah pengguna aktif. Hal ini menyebabkan posisi *twitter* naik ke peringkat ke dua sebagai situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi di dunia maya, dari yang sebelumnya menempati peringkat 22. (Handayani, 2017).

Popularitas *twitter* yang sangat tinggi menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek misalnya sebagai sarana pengirim atau menerima informasi, sebagai media pembelajaran ataupun sebagai media kampanye politik. Menurut Evan Williams selaku *co-founder twitter Inc.* *twitter* adalah situs *micro-blogging* yang berisi konten, sumber berita, dan informasi. *Twitter* mempublikasikan apa yang terjadi di seluruh dunia. *Twitter* menghubungkan penggunaanya dengan informasi terbaru tentang minat mereka (Zein, 2019). Melihat semakin banyaknya pengguna *twitter* di Indonesia dalam hal ini membuat praktisi humas harus mampu memanfaatkan media sosial untuk mendukung berbagai program instansinya, sehingga kebutuhan humas untuk menyampaikan informasi sangat dibutuhkan. Pada saat ini, humas diharuskan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menunjang semua kegiatan kehumasan dan memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan disampaikan dengan cara yang baik dan benar untuk mengarahkan opini publik ke arah yang diharapkan (Widyaningrum, 2011). Selain itu, humas juga dituntut untuk memahami seluk beluk dari institusi, sebab publik sewaktu-waktu akan membutuhkan informasi yang akurat tentang institusi tersebut.

Polresta Surakarta merupakan salah satu lembaga atau instansi yang bergerak di bidang keamanan dan ketertiban masyarakat, juga memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi kepada publik. Salah satu media sosial yang digunakan Humas Polresta Surakarta berupa *twitter*, yang bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai komitmen instansi kepolisian sebagai penegak hukum, memberi perlindungan, menjadi pengayom dan memberi pelayanan yang baik kepada masyarakat (Nurhayati & Rhesa, 2019). Selain itu Humas Polresta Surakarta juga menunjukkan kegiatan yang menjadi tugas wajib instansi kepolisian yaitu memberi rasa aman dan nyaman kepada masyarakat dengan sering mengadakan patroli malam untuk membuat masyarakat merasa terlindungi dan aman, dikarenakan sudah ada pihak kepolisian yang selalu siap untuk memberikan pelayanan pengamanan terbaik (Alhakim, 2012).

Humas Polresta Surakarta juga melakukan perannya sebagai fasilitator komunikasi dengan memberikan informasi seputar kegiatan kepolisian, maupun instansi dan informasi tentang pelayanan dokumen lainnya contohnya pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK), pembuatan Surat Izin Mengemudi (SIM), mengurus Surat Keterangan Tanda Laporan Kehilangan (SKTLK). Semua kegiatan yang dilakukan dipublikasikan melalui media online dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang. Humas Polresta Surakarta memposting kegiatan melalui *twitter* dan juga bekerjasama dengan wartawan media cetak yang dapat memenuhi kebutuhan informasi public, diharapkan mampu meningkatkan citra instansi kepolisian. Humas Polresta Surakarta juga memanfaatkan media sosial *twitter* untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang tata tertib lalu lintas, dan sosialisasi lain kepada masyarakat untuk terus menjaga keamanan dan kenyamanan. Dengan memberikan edukasi kepada masyarakat diharapkan menciptakan komunikasi dua arah dan hubungan timbal balik antara instansi dan publiknya, sehingga terciptalah hubungan yang harmonis antara pihak eksternal dan internal. Rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan *twitter* sebagai media publikasi Humas Polresta Surakarta dalam membentuk citra positif dari Polresta Surakarta.

---

## 2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian menguraikan tentang manfaat dari penggunaan *twitter* sebagai media publikasi Humas Polresta Surakarta dalam meningkatkan citra positif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah *screenshot* dari media *twitter* Polresta Surakarta yang memiliki relevansi dengan masalah penelitian, serta hasil wawancara dengan pengikut akun *twitter* Polresta Surakarta. Data sekunder penelitian ini berupa hasil wawancara dengan staf divisi Humas Polresta Surakarta. Teknik validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2011). Pada penelitian ini triangulasi sumber yang dilakukan dengan membandingkan

sumber data yang berbeda yaitu hasil data dari *twitter* Polresta Surakarta dengan hasil wawancara staf Humas Polresta Surakarta.

Teknik analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dan data-data lainnya. Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles, 1992).

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### a. Aspek Kognitif

*Twitter* Polresta Surakarta memiliki fungsi sebagai penyedia informasi terkait informasi mengenai aktifitas pelayanan SKCK, info-info tentang pendaftaran anggota kepolisian dan juga kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota kepolisian di Polresta Surakarta. Selain sebagai media penyedia informasi, *twitter* Polresta Surakarta juga memiliki fungsi sebagai media edukasi, yang mempunyai peran untuk mengenalkan tentang tata cara memperpanjang atau membuat SIM, tata cara keselamatan pengguna kendaraan, dan juga memberikan edukasi tentang tugas dan tanggung jawab anggota kepolisian dalam menjaga dan mengayomi masyarakat. Data *screenshot* pada **Gambar 1**. merupakan salah satu contoh data teori *uses and gratifications* terkait aspek kognitif sebagai media informasi.

Pada postingan Humas Polresta Surakarta **Gambar 1**. memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan pelayanan kepolisian di daerah Jawa Tengah tetap dibuka namun dengan memperhatikan aspek kesehatan untuk mengantisipasi pencegahan penyebaran covid-19. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil wawancara secara *online* dengan Bripda Dewi Nurhayati selaku Subbag Humas Polresta Surakarta yang menyatakan bahwa: "Informasi yang di ditampilkan adalah produk himbauan masyarakat seperti meme atau video. Bisa juga konten yang memberikan informasi tentang pelayanan publik yang dimiliki oleh Polresta Surakarta. Serta kegiatan-kegiatan humanis yang dilakukan oleh Polresta Surakarta".



**Gambar 1.** Aspek Kognitif Sebagai Penyedia Informasi

### b. Aspek afektif

Dalam aspek afektif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman estetis, menyenangkan dan emosional. Dalam hal ini Humas Polresta Surakarta mencoba memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat mengakses *twitter* Polresta Surakarta dengan memberikan *link* yang tersambung langsung pada *website* Polresta Surakarta, selain itu pengguna dimudahkan untuk melakukan interaksi langsung kepada admin *twitter* Polresta Surakarta dengan memanfaatkan fitur *comment* ataupun *direct message*. Hasilnya dapat dilihat pada **Gambar 2**. Data *screenshot* merupakan salah satu contoh data teori uses and gratifications terkait aspek afektif.



**Gambar 2.** Pemanfaatan *Twitter* Aspek Afektif

### c. Aspek integrasi personal

Dalam aspek integrasi personal yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, dan status individual. Humas Polresta Surakarta dalam postingannya di *twitter* juga menampilkan prestasi-prestasi yang dicapai oleh anggota kepolisian sehingga diharapkan dapat memengaruhi minat dan kepercayaan masyarakat yang lebih baik kepada Polresta Surakarta. Pengelola *twitter* Polresta Surakarta menyampaikan kepada masyarakat bahwa kepolisian adalah sebagai pelindung, pengayom, pelayanan masyarakat. Analisis terkait aspek integrasi personal dapat dilihat pada postingan *twitter* Polresta Surakarta pada **Gambar 3**.



**Gambar 3.** Aspek Integrasi Personal



#### d. Aspek Integrasi Sosial

Dalam aspek integrasi sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak, dalam hal ini Humas Polresta Surakarta memberikan informasi tentang kedekatan anggota kepolisian bersama masyarakat untuk membina hubungan yang baik. Data *screenshot* pada **Gambar 4.** merupakan salah satu contoh data teori *uses and gratifications* terkait aspek integrasi sosial. Berdasarkan postingan pada **Gambar 4.** dapat dianalisis melalui caption “kedekatan Polwan Polresta Surakarta bersama masyarakat saat patroli *car free day*” dari pernyataan tersebut Subbag Humas Polresta Surakarta memberikan informasi tentang kedekatan Polwan Polresta Surakarta bersama masyarakat untuk membina hubungan yang harmonis.



**Gambar 4.** Aspek Integrasi Sosial

#### e. Aspek Pelepasan Ketegangan

Dalam aspek pelepas ketegangan yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman. Dalam pengelolaannya *twitter* Polresta Surakarta juga menampilkan informasi yang bersifat menghibur, baik info dari luar maupun di dalam instansi Polresta Surakarta seperti even ataupun lomba yang ada di Polresta Surakarta. Data pada **Gambar 5.** merupakan salah satu contoh data teori *uses and gratifications* terkait aspek pelepasan ketegangan. Berdasarkan postingan tersebut Humas Polresta Surakarta berusaha memberikan hiburan dengan mengadakan lomba *vlog* solo lawan korona dengan berbagai macam tema yang dilombakan seperti *stay at home*, *work from home*. Dengan adanya lomba *vlog* ini diharapkan masyarakat dapat terhibur dan juga dapat berpartisipasi dalam melawan korona di wilayah Solo.



**Gambar 5.** Aspek Pelepasan Ketegangan

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara secara online Humas Polresta Surakarta yang menyatakan bahwa: “iya tujuannya agar masyarakat berperan serta mengikuti even lomba, salah satunya lomba Solo lawan corona”. Hal tersebut juga didukung oleh hasil wawancara terhadap pengikut akun *twitter* Polresta Surakarta yang menemukan infomarsi terkait aspek pelepas ketegangan saat mengakses *twitter* Polresta Surakarta sebagai berikut: “iya saya menemukan contohnya seperti kemarin, ada lomba membuat *vlog* Solo melawan corona, itu bagus sekali agar masyarakat juga sadar akan pentingnya menjaga kesehatan di masa pandemi corona ini” (Hasil wawancara dengan Rudi Hartono, selaku pengikut dari akun *twitter* Polresta Surakarta, Jumat 24 juli 2020). Berdasarkan hasil pengamatan penulis, bahwa informasi terkait aspek pelepas ketegangan sudah ada di postingan *twitter* Polresta Surakarta.

#### **Analisis SWOT Citra Polresta Surakarta**

Penelitian ini dilakukan analisis dengan menggunakan SWOT. Menurut *Philip Kotler* SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Menurut hasil penelitian yang sudah penulis lakukan adapun analisis tentang SWOT dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### **a. Kekuatan (*Strength*)**

1. Dalam pengelolaan *twitter* Polresta Surakarta memaparkan prestasi-prestasi kepolisian yang telah diraih guna menambah rasa kepercayaan masyarakat kepada instansi kepolisian.
2. Dalam hal melakukan pelayanan informasi kepada masyarakat Humas Polresta Surakarta sudah aktif dalam menyikapi komentar-komentar masyarakat.

##### **b. Kelemahan (*Weakness*)**

1. Dalam pemanfaatan media sosial *twitter* Humas Polresta Surakarta tidak dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal dikarenakan staff humas mempunyai kegiatan lain di lapangan.
2. Dalam memenuhi komponen pembentukan citra terkait aspek kognisi pada *twitter* Polresta Surakarta informasi yang diberikan belum terlalu lengkap.

##### **c. Peluang (*Opportunities*)**

1. Dalam pemanfaatan media sosial *twitter* Humas Polresta Surakarta harus lebih aktif dalam berinteraksi kepada masyarakat contohnya membalas komentar.
2. Humas Polresta Surakarta dalam memenuhi komponen pembentukan citra dapat lebih memperbanyak postingan yang memotivasi masyarakat.

##### **d. Ancaman (*Threats*)**

*Threats* (Ancaman) yang ada di Polresta Surakarta khususnya dalam pemanfaatan *twitter* sebagai media publikasi yaitu tidak bisa terlalu sering membagikan postingan kegiatan karena hal tersebut akan dianggap *spam* oleh pihak masyarakat.



#### 4. Kesimpulan

Humas Polresta Surakarta memanfaatkan media sosial *twitter* sebagai media untuk memberikan informasi tentang kegiatan- kegiatan anggota kepolisian Polresta Surakarta dan informasi lainnya seputar pelayanan di Polresta Surakarta. Diharapkan dapat meningkatkan citra positif Polresta Surakarta. Selain media sosial *twitter* Humas Polresta Surakarta juga menggunakan media sosial lainnya seperti *instagram*, dan juga *facebook*. Polresta Surakarta juga memanfaatkan media sosial *twitter* sesuai dengan Teori *Uses and Gratification* dari Karl Blummer yang meliputi aspek kognitif, aspek afektif, aspek integrasi personal, aspek integrasi sosial, dan aspek pelepas ketegangan.

#### Referensi

- Alhakim, F. M. (2012). *Peran Kepolisian dalam Usaha Menyelesaikan Tindak Pidana Kekerasan dalam Rumah Tangga Melalui Mediasi Penal (Studi di Kepolisian Resor Kota Surakarta)*.
- Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- Handayani, P. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram*. University of Muhammadiyah Malang.
- Miles, M. (1992). Huberman, 1992, Analisis Data Kualitatif. *Terjemahan Oleh Jetjep Rohendi Rohini, UI-Press, Jakarta*.
- Moleong. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nurhayati, S., & Rhesa, Z. (2019). *Cyber Public Relations Humas Polresta Surakarta Dalam Membangun Citra Melalui Media Sosial*. Iain Surakarta.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Social, W. A. (2020). Hootsuite.(2020). *Digital 2020-July Global Statshot Report*. <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media>.
- Widyaningrum, U. (2011). *Humas dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kantor Pos Besar Surakarta dalam Membangun Citra Perusahaan)*. UNS (Sebelas Maret University).
- Zarella. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein.