

NASKAH PUBLIKASI
STRATEGI KOMUNIKASI KEPOLISIAN DAERAH SUMATERA BARAT
DALAM MENGEMBALIKAN CITRA POSITIF KEPOLISIAN



Oleh :

Arjunli Bagus Amorta

2000030115

Skripsi ini Sisusun Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

2024

JOURNAL

**COMMUNICATION STRATEGY OF THE WEST SUMATRA REGIONAL
POLICE IN RESTORING THE POSITIVE IMAGE OF THE POLICE FORCE**



Oleh :

Arjunli Bagus Amorta

2000030115

**This Thesis is Prepared to Complete the Requirements in Obtaining a
Bachelor's Degree in Communication Science**

FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

2024

STRATEGI KOMUNIKASI KEPOLISIAN DAERAH SUMATERA BARAT DALAM MENGEMBALIKAN CITRA POSITIF KEPOLISIAN

ARJUNLI BAGUS AMORTA

ABSTRAK

Dalam penyampaian informasi yang terpercaya bagi masyarakat. Hubungan masyarakat (Humas) atau yang sering dikenal sebagai *public relations* mempunyai peran penting dalam setiap instansi, khususnya bagi kepolisian Sumatera Barat dalam menjalin komunikasi dan interaksi yang baik dengan masyarakat melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk menyampaikan informasi secara transparan, memberikan pemahaman mengenai proses hukum, dan mendapatkan masukan dari masyarakat. Hal ini berkaitan dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dan mengetahui berbagai kendala yang dihadapi oleh Humas Polda Sumatera Barat dalam mengembalikan citra positif kepolisian. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode mendeskripsikan status subjek investigasi berdasarkan fakta yang ada dengan teknik pengumpulan data melalui observasi. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah 1) Perencanaan Humas Polda Sumatera Barat dalam upaya membentuk, membangun dan mempertahankan citra positif di masyarakat dengan menjalankan tugas dan perintah dengan baik, serta memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. 2) Pendekatan Komunikasi yang meliputi Proses Komunikasi Humas sebagai upaya untuk mengoptimalkan fungsi humas Polda Sumatera Barat dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan tugas-tugas, pelayanan, dan interaksi dengan awak media. 3) Pemilihan media yang tepat bagi Humas Polda Sumatera Barat dalam upaya membangun citra positif.

Kata kunci : Polda Sumatera Barat, masyarakat, citra positif, humas, strategi polri

COMMUNICATION STRATEGY OF THE WEST SUMATRA REGIONAL POLICE IN RESTORING THE POSITIVE IMAGE OF THE POLICE FORCE

ARJUNLI BAGUS AMORTA

ABSTRACT

In the delivery of reliable information for the community. Community relations (Humas) or often known as public relations has an important role in every agency, especially for the West Sumatra police in establishing good communication and interaction with the community with social media and digital platforms to convey information transparently, provide understanding of the legal process, and get input from the community. This is related to the purpose of the research, namely to find out the communication strategy used and find out the various obstacles faced by the Public Relations of the West Sumatra Police in restoring the positive image of the police. This type of research is descriptive qualitative with the method of describing the status of the subject of investigation based on existing facts with data collection techniques through observation. The results of the research conducted by researchers are 1) Planning of Public Relations of Polda West Sumatera to form, build and maintain a positive image in the community by carrying out tasks and orders properly, and providing the best service to the community. 2) Communication Approach which includes the Public Relations Communication Process as an effort to optimize the public relations function of Polda Sumatera Barat in communicating the implementation of tasks, services, and interaction with the media crew. 3) Selection of the right media for Polda West Sumatera's public relations to build its image.

Keywords: Polda West Sumatera, community, positive image, public relations, police strategy

I. Pendahuluan

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hubungan masyarakat (Humas) menjadi komponen terpenting dalam setiap instansi, baik dalam lembaga komersial (perusahaan) ataupun lembaga non-komersial. Kepolisian Indonesia menjadi salah satu instansi yang sangat membutuhkan keberadaan departemen hubungan masyarakat (Humas) atau yang sering dikenal sebagai departemen *public relations*. Terdapat permintaan yang semakin meningkat menjadikan peran hubungan masyarakat (Humas) sangat penting dalam membentuk dan membangun citra sebuah lembaga tersebut. Peran hubungan masyarakat (Humas) tidak hanya sebatas menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, tetapi juga menyaring, mengelola dan memastikan bahwa informasi tersebut adalah fakta yang benar. Karena terdapat berbagai informasi yang terpublikasi tanpa adanya verifikasi yang tepat dalam menyatakan keakuratan sebuah berita di kalangan masyarakat, sehingga terkadang dapat menimbulkan sebuah konflik yang bersifat menyesatkan antara masyarakat dan instansi kepolisian.

Adanya perubahan yang cukup signifikan dalam era digital membawa tantangan baru dalam hal mengelola sebuah informasi. Dalam hal ini, hubungan masyarakat (Humas) dituntut untuk selalu memperbarui strategi komunikasi mereka. Peran hubungan masyarakat (Humas) sebagai penjaga reputasi sebuah instansi kepolisian selalu dituntut untuk lebih proaktif dalam mengelola situasi yang dapat berpotensi merusak reputasi, seperti adanya krisis atau serangan media sosial. Hubungan masyarakat (Humas) kepolisian diwajibkan menjadi ahli dalam menciptakan sebuah narasi positif yang mendukung misi, nilai – nilai instansi dan kontribusi positif kepada publik melalui penyelenggaraan beberapa kegiatan atau program – program positif kepada masyarakat. Terlebih polisi merupakan salah satu instansi pemerintah yang memiliki tugas dalam memberikan perlindungan dan pelayanan kepada masyarakat, seperti pemaparan dalam UU No.2

Tahun 2002 Pasal 2 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia. Oleh sebab itu, instansi kepolisian harus lebih dekat dengan masyarakatnya guna menciptakan hubungan yang bersinergis dan harmonis.

Menurut Effendi, strategi komunikasi adalah perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Firmansyah & Oktaviani, 2018). Keberhasilan dalam pemberlakuan strategi komunikasi dipengaruhi oleh beberapa komponen, antara lain: 1. Perencanaan Pesan; 2. Pendekatan Komunikasi; 3. Pemilihan Media. Menurut (Ruslan, 2002) menyatakan, agar strategi dapat efektif, maka perlu adanya 1. Objektif, jelas; 2. Memelihara inisiatif.; 3. Konsentrasi; 4. Fleksibilitas.

Namun, dalam praktiknya, terdapat beberapa tantangan dalam membangun hubungan yang baik antar polisi dan masyarakat, seperti memudarnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap polisi. Melalui data hasil survei Halopedeka pada 1 Agustus hingga 29 Agustus 2022 menyatakan bahwa persepsi public terhadap kinerja Polri lebih didominasi oleh persepsi negatif 51,23% sedangkan untuk persepsi positif hanya sebesar 41% dan sisanya netral sebanyak 8%. (<https://www.halopedeka.com/updatenews/pr-5764304050/persepsi-publik-terhadap-polri-mengalami-fluktuasi>, diakses pada 15 Maret 2023 Pukul 20.42 WIB). Terdapat kasus-kasus pidana yang menjerat banyak anggota polisi yang bersifat menyimpang dari tugas dan peranan polisi sebagai aparat penegak hukum di Indonesia. Khususnya Polda Sumatera Barat masih banyak yang melakukan pelanggaran bersifat pidana seperti kasus penyalahgunaan narkoba, melakukan penipuan, mangkir dari tugasnya, serta kasus kekerasan yang merupakan salah satu pelanggaran kode etik Polri yang mengakibatkan terciptanya hubungan tidak baik antara masyarakat dan polisi.

Oleh karena itu, diperlukannya strategi komunikasi Kepolisian Daerah Sumatera Barat dalam mengembalikan citra positifnya dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperbaiki hubungan yang kurang harmonis melalui peranan dari departemen hubungan masyarakat (Humas) kepolisian Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan masalah yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Kepolisian Daerah Sumatera Barat Dalam Mengembalikan Citra Positif Kepolisian di Sumatera Barat.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mengetahui strategi komunikasi kepolisian daerah Sumatera Barat dalam mengembalikan citra positifnya melalui peranan hubungan masyarakat (Humas) di mata masyarakat dengan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat. Tylor dan Bogdan memaknai penelitian kualitatif sebagai teknik penelitian yang mendapatkan data deskriptif atau verbal tentang orang atau perilaku yang teramati (Moleong, 2010: 4). Penelitian kualitatif sangat berkaitan dengan ilmu – ilmu sosial dan perilaku manusia.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dilaksanakan di Polda Sumatera Barat dengan departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat sebagai objek penelitian dalam proses memperoleh data. Kurun waktu pengumpulan data oleh peneliti dilaksanakan kurang lebih enam bulan, tepatnya dari bulan Februari hingga Agustus 2024. Selanjutnya, pengumpulan data melalui wawancara kepada Kepala Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi (Kasubbid PID), Kepala Subbidang Penerangan Masyarakat (Kasubbid Penmas), Kepala Subbidang Multimedia (Kasubbid Multimedia)

yang direkam dan dicatat oleh pewawancara sebagai bentuk data dan informasi yang mutlak. Serta dokumentasi yang dipergunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai bagaimana hubungan masyarakat di berbagai media komunikasi seperti poster, sosial media, website dan majalah dari departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat. Setelah data di lapangan telah diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan beberapa metode yang dilakukan seperti reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

III. Hasil dan Pembahasan

1. Perencanaan Pesan

Tahap pertama dalam strategi komunikasi hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Sumatera Barat adalah menciptakan perencanaan pesan. Langkah tersebut terlaksana sesuai dengan data yang didapatkan oleh peneliti Dimana pihak Kepolisian Sumatera Barat mendefinisikan beberapa permasalahan yang menyebabkan memudarnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap polisi yang diakibatkan oleh adanya kasus-kasus pidana yang menjerat banyak anggota polisi yang bersifat menyimpang dari tugas utama polisi sebagai aparat penegak hukum di Indonesia. Khususnya Polda Sumatera Barat yang cenderung masih banyak melakukan pelanggaran seperti kasus penyalahgunaan narkoba, melakukan penipuan, mangkir dari tugas, serta kasus kekerasan yang merupakan salah satu pelanggaran kode etik Polri.

Berdasarkan wawancara, menghasilkan sebuah pernyataan dari pihak Kasubbag Perencanaan dan Administrasi mengenai upaya yang akan dilakukan untuk mengembalikan citra positifnya. Dengan menjelaskan bahwa seluruh kegiatan diwajibkan menggunakan strategi manajemen dasar berupa perencanaan (*planning*) yang kemudian diorganisasikan (*organizing*), dilaksanakan (*actuating*) dan diawasi (*controlling*). Dimana setiap pagi seluruh anggota Polda Sumatera Barat diberikan arahan dalam

setiap kesempatan apel pagi mengenai perencanaan berupa kegiatan – kegiatan yang merupakan hasil evaluasi dari pimpinan terkait dengan perilaku anggota dan pelanggaran – pelanggaran yang telah dilakukan. Hasil perencanaan pesan kegiatan tersebut dibagikan ke daerah dan wilayah polda – polda lain dalam bentuk pesan telegram. Hubungan masyarakat (Humas) Kepolisian Sumatera Barat juga membagikan pesan – pesan positif melalui akun media sosial, seperti facebook dan TikTok. Sehingga masyarakat mengetahui upaya dan kegiatan yang telah dilakukan.

Berdasarkan wawancara dengan Kasubag Perencanaan dan Administrasi terkait dengan strategi khusus dalam menyusun pesan-pesan yang bersifat memotivasi dan memberdayakan anggotanya dengan selalu mengeksplor kemampuan sumber daya manusia di internal kepolisian sehingga dapat memberikan informasi – informasi positif dan mengubah perilaku yang menyimpang. Memberdayakan Bhabinkamtibmas di masing – masing kelurahan di Sumatera Barat dengan menciptakan konten berupa gambar meme yang dipublikasi melalui media sosial Polda Sumatera Barat. Departemen hubungan masyarakat (Humas) turut merangkul kominfo dan organisasi – organisasi media yang ada di wilayah tersebut. Dalam mendukung perencanaan pesan menurut Kasubid Pengelolaan Data dan Informasi menyatakan bahwa adanya penyediaan data dan informasi yang relevan yang berkaitan dengan informasi public atau data yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan tetap membatasi penyebaran informasi yang menyakut dengan kehormatan diri, keluarga, melanggar konstitusi negara, dan kerahasiaan negara.

Berdasarkan wawancara terhadap dengan Anggota Subbid Multimedia terkait keterlibatan dalam perencanaan pesan untuk mendukung strategi komunikasi Humas dalam membangun kembali citra positif kepolisian di Sumatera Barat dengan selalu melaksanakan *monitoring* atau patrol siber terkait dengan berita – berita yang telah dipublikasi di media sosial. Ketika

terdapat berita yang bersifat merusak citra kepolisian Sumatera Barat maka akan dilakukan *counter* dengan memberikan dan membagikan berita – berita positif sehingga dapat mengimbangi berita – berita negatif yang telah tersebar luas ke masyarakat. Selain menggunakan media online dan media sosial, hubungan masyarakat (Humas) turut menggunakan media massa dalam menyampaikan informasi. Terdapat web resmi Humas Polda Sumatera Barat adalah <https://humas.polri.go.id/category/satker/polda-sumbar/> yang berisikan kegiatan – kegiatan terbaru Polda Sumatera Barat.

Dari pernyataan diatas, menunjukkan bahwa departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat telah mempunyai strategi komunikasi, baik secara langsung (*offline*) ataupun tidak langsung (*online*). Terdapat dua fokus dalam strategi komunikasi yaitu pertama, memastikan bahwa anggota polisi terlibat aktif dalam penyampaian informasi dan memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Kedua, mengelola citra sebuah instansi dengan melakukan kegiatan – kegiatan yang positif. Departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat juga meningkatkan pelayanannya terhadap masyarakat melalui beberapa anggota kepolisian yang turun langsung di lapangan.

2. Pendekatan Komunikasi

Langkah kedua yang harus dilakukan adalah dengan menentukan pendekatan komunikasi dalam strategi komunikasi sebagai upaya pengembalian citra positif kepolisian Sumatera Barat. Pendekatan komunikasi merupakan strategi dalam mencegah dan menangani adanya berita hoax yang tersebar di kalangan masyarakat. peran hubungan masyarakat (Humas) adalah bekerjasama dengan semua media tanpa membedakan satu sama lain, dengan saling menguntungkan seluruh pihak tanpa terkecuali. Menurut Laswell cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi dengan menjawab pertanyaan yaitu *Who Says What In Wich Channel To Whom With What Effect?* (Yusuf et al., 2018). Dalam

menghadapi berbagai tantangan informasi palsu, pendekatan komunikasi yang akan dilakukan oleh departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat memberlakukan strategi dengan berfokus pada publisitas informasi sebanyak mungkin melalui berbagai media komunikasi, baik media massa maupun media sosial.

Berdasarkan wawancara terhadap Kasubbag Perencanaan dan Administrasi mengenai pendekatan komunikasi internal untuk membangun hubungan yang baik di antara anggota lembaga dengan selalu memberikan pengawasan dan meminta data terkait dengan keberhasilan yang telah dilakukan oleh satuan kerja lain. Seperti memonitoring dan meminta data – data pendukung dari Direktorat Kriminal Khusus Direktorat Reserse Narkoba yang telah melakukan pengungkapan kasus kriminal. Sedangkan strategi dalam menangani sebuah isu – isu internal antar anggota instansi adalah dengan melakukan sebuah evaluasi dan analisa, sehingga hal tersebut dapat membentuk hubungan yang sangat baik antar individu. Berdasarkan wawancara terhadap anggota Subbid Multimedia terkait kontribusi dalam mengambil pendekatan komunikasi yang efektif melalui multimedia dengan perbaikan desain komunikasi visual dan pembenahan *copyright* yang sesuai dengan target audiensnya. Serta perlu adanya kemampuan untuk mempelajari *trending topic* sehingga komunikasi yang disampaikan akan lebih efektif dan sesuai dengan target audiens. Namun hal tersebut tidak terlepas dari adanya hambatan dan tantangan dalam proses penyampaian pesan positif kepolisian melalui multimedia, seperti apakah konten yang dihasilkan sudah efektif dan sesuai dengan target audiens, serta apakah penggunaan gaya Bahasa yang digunakan sudah tepat.

3. Pemilihan Media

Langkah ketiga yang harus dilakukan adalah dengan pemilihan media. Sebab penggunaan media merupakan faktor terpenting dalam proses komunikasi dalam penyampaian pesan dengan cepat dan dapat diterima secara serentak oleh seluruh masyarakat. Saat ini media telah menjadi mitra kerja bagi setiap instansi, baik dalam lembaga komersial (perusahaan) ataupun lembaga non-komersial. Mengingat hal tersebut, departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat telah memanfaatkan beberapa media massa dan media online dalam upaya membangun citra positif kepolisian Sumatera Barat di kalangan masyarakat umum. Dalam proses memilih media, departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat menggunakan beberapa platform seperti seperti website, media sosial, televisi, koran atau surat kabar, portal berita, dan media luar ruangan lainnya. Dalam konteks tersebut, pemilihan media dilakukan dengan memperhatikan daya jangkau, kecepatan, dan efektivitas dalam menyampaikan pesan kepada publik.

Berdasarkan wawancara terhadap Kasubbid Penerangan Masyarakat, Kompol Idha Gusmara menyatakan bahwa kriteria yang diutamakan dalam memilih jenis media yang telah terverifikasi oleh dewan pers dan mempunyai legal hukum yang telah diterbitkan. Pertimbangan yang ditetapkan dalam pemilihan media dengan memperhatikan karakteristik dan preferensi audiens yang dituju. Berdasarkan wawancara Kasubbag Perencanaan dan Administrasi mengenai pemilihan media internal dipertimbangkan melalui konteks keberagaman dan kebutuhan anggota lembaga yang paling efektif dan cepat dalam penyampaian sebuah pesan. Dengan adanya evaluasi dan penilaian kinerja terhadap media yang digunakan, serta mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan komunikasi dengan masyarakat. Selanjutnya berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan anggota Subbid Multimedia mengenai pemilihan

jenis media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan positif kepada masyarakat Sumatera Barat dengan melakukan riset – riset terhadap media yang sedang trending.

IV. Kesimpulan

Peneliti melihat bahwa terdapat beberapa hambatan dan tantangan dalam membangun hubungan yang baik antar aparat kepolisian dan masyarakat yang disebabkan oleh adanya ketidak transparan informasi dan terciptanya kasus – kasus pidana yang menjerat banyak anggota kepolisian, khususnya kepolisian Sumatera Barat. Terdapat Tindakan yang bersifat menyimpang dengan tugas dan peranan polisi sebagai aparat penegak hukum di Indonesia, seperti tindakan kekerasan, penipuan dan perilaku tidak bertanggungjawab yang menyebabkan memudarnya rasa kepercayaan masyarakat terhadap polisi. Dalam hal ini, strategi komunikasi sangat dibutuhkan dalam upaya mengembalikan citra positif dan rasa percaya masyarakat terhadap aparat kepolisian Sumatera Barat. Peranan departemen hubungan masyarakat (Humas) Polda Sumatera Barat bukan hanya memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi mengelola dan memastikan bahwa informasi tersebut dapat diuji keakuratan dan kebenarannya. Sehingga departemen hubungan masyarakat (Humas) dituntut untuk selalu memperbarui strategi komunikasinya.

Dalam hal ini, terdapat beberapa strategi komunikasi yang digunakan untuk mengembalikan citra positif Polda Sumatera Barat di kalangan masyarakat, seperti 1. Perencanaan pesan Polda Sumatera Barat melalui media massa dan media online, selain itu departemen hubungan masyarakat (Humas) turut dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat melalui anggota-anggota yang turun langsung di lapangan. 2. Pendekatan komunikasi, metode tersebut dilakukan dengan mengoptimalkan fungsi departemen hubungan masyarakat (Humas) dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan tugas – tugas dan pelayanan

terhadap masyarakat dan awak media. Sehingga departemen hubungan masyarakat (Humas) dapat berperan sebagai konsultan, menerjemahkan kebijakan dan aspirasi publik lembaga. 3. Pemilihan media, dimana terdapat persepsi masyarakat yang terbentuk dari bagaimana cara mereka dalam melihat dan menilai sebuah objek dalam menetapkan sebuah kebijakan yang dapat menciptakan pengklasifikasian publik. Pengklasifikasian tersebut merupakan sebuah bentuk penilaian oleh masyarakat terhadap sebuah instansi, khususnya terhadap kepolisian Polda Sumatera Barat. Melalui tindakan mengontrol opini publik ini pihak kepolisian menggunakan intelijen manajemen media.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Fatin Nabilah. (2018). *Strategi Public Relations Humas Pemerintah Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Citra Positif Melalui Media Relations*.
<http://digilib.iain-jember.ac.id/972/1/SKRIPSI.pdf>
- Anggraeni, R. N., Prodi, R. F., & Masyarakat, H. (2021). Straumas Kepolisian dalam Membentuk Citra Organisasi Polri. *Hubungan Masyarakat*, 7 No 1, 429–436.
<http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27246>
- Arkam, A. M., Komunikasi, D. I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Hasanuddin, U. (2017). *Daerah Sulawesi Selatan Dalam Mengelola*.
- Bordow, A. & E. (1991). *Managing organisational communication*. Melbourne, Vic. : Longman Cheshire.
- Mulyadi, S. (2018). *Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul Slamet Mulyadi Universitas Nurul Jadid Pendahuluan Perencanaan adalah langkah awal sebagai patokan lembaga untuk tercapainya sebuah tujuan organisasi . Setiap organisasi maju perencanaan sang*. 2(2).
- Firmansyah, Y., & Oktaviani, F. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Pungklung Dalam Membangun Citra Positif Di Masyarakat. *Jurnal Signal*, 6(2), 1–12.
<https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1318>
- Hasanah, H. (2017). *Teknik-Teknik Observasi*. 8(1), 21.
<https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasanah, H., & Nugroho, W. A. (2024). *Pengaruh Motivasi , Disiplin , Dan Komitmen Pembimbing Kemasyarakatan Terhadap Kompetensi Klien Pemasyarakatan Di Bapas Kelas 1 Tangerang*. 2.
- Herlina, S. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*. 4(3), 493. www.publikasi.unitri.ac.id
- Idrus, I. (2017). *Aktivitas Humas Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra*

- Polisi*. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8017/1/Ismail Idrus.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8017/1/Ismail%20Idrus.pdf)
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal ASPIKOM*, 1(4), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- JULIANTY, W. T. (2017). *Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan Pada Pt.Socfindo Medan*.
- Bakri, Y., & Harnina, R. (2018). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENGELOLAAN INFORMASI PEMBANGUNAN DAERAH (Pada Biro Humas Dan PDE Sekretariat Daerah Propinsi Sulawesi Tenggara)*. 1, 2, 1, 2. 50–64.
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Patricia A. Adler & Peter Adler. (1987). *Membership Roles in Field Research*. SAGE Publications, Inc. [https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781412984973](https://doi.org/10.4135/9781412984973)
- Ramadina, P. S., 'B.K, T., & 'Akil, H. (2021). Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial Di Sekolah. *PeTeKa: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengembangan Belajar*, 4(1), 367–376.
- Ruslan, R. (2002). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Revisi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sahman, E. Arif, E. N. (2019). Proses Komunikasi Humas Polda Sumbar. *Jispo*, 9(1), 284–296.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- JAMILAH, R. (2022). *Strategi Humas Dalam Membangun Citra Di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Ponorogo*. Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO, 20.
- Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2 N, 25–37.
- Zunaida, L., & Aulia, M. A. (2023). *Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas)*

dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Pondok Pesantren Mamba'us Sholihin Suci Manyar Gresik. *Nidhomiyah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.38073/nidhomiyah.v4i1.814>