BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Hasil kerja praktik telah dilaksanakan dalam kurun waktu dua bulan yang berlangsung mulai tanggal 5 Agustus sampai dengan 5 Oktober 2024 di Humas Polresta Sidoarjo. Penulis dapat memberikan kesimpulan terkait pentingnya konten untuk diproduksi dengan baik melalui serangkaian proses produksi konten guna menyampaikan makna dan informasi secara tepat kepada masyarakat luas. Melalui penggunaan media sosial Instagram sebagai opsi dari penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Polresta Sidoarjo memiliki dampak yang positif seperti pemenuhan kebutuhan informasi yang komunikatif terkait tugas dan fungsi Kepolisian, edukasi yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat terhadap suatu permasalahan dan fenomena yang terjadi serta beragam konten sosial yang berfungsi untuk menyatukan seluruh elemen masyarakat untuk saling memahami kemajemukan dan memelihara keamanan serta ketertiban dalam hidup bermasyarakat.

Penyusunan konten pada laman Instagram @polresta_sidoarjo meliputi tiga tahapan yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi dimana pada setiap tahapan tersebut telah disesuaikan dengan beberapa faktor yang meliputi fenomena masyarakat, permasalahan yang terjadi, kegiatan yang menyangkut tugas dan fungsi Kepolisian, informasi yang edukatif, dll. Dalam pra produksi, penulis merancang ide, gagasan, dan konsep yang didapatkan melalui observasi lapangan dan survey melalui media sosial. Di tahapan produksi, penulis bersama dengan tim Humas Polresta Sidoarjo melakukan eksekusi terhadap konsep yang telah tersusun yakni mulai melakukan syuting dengan rekan-rekan Kepolisian terkait dan masyarakat sekitar. Diakhir tahapan yakni pasca produksi, penulis membantu dalam proses unggahan dan memberikan evaluasi terhadap beberapa hal yang menyangkut proses produksi konten mulai dari pra produksi hingga tahap pasca produksi setelah konten terpublikasi guna mengetahui tingkat keberhasilan terhadap perancangan konten.

IV.2 Saran

Saran untuk Humas Polresta Sidoarjo selama penulis melaksanakan kerja praktik yakni sebagai berikut :

1. Proses pembuatan konten dalam akun Instagram @polresta_sidoarjo memiliki eksekusi yang baik di setiap tahapannya. Penyelesaian yang dilakukan terkendali dengan

maksimal. Namun, terdapat kekurangan pada bagian fasilitas yang hendak digunakan dalam tahapan produksi sehingga mengurangi efisiensi waktu dalam proses pengambilan *angle*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amelia Luky, & Amin Saiful. (2022). Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN PADA TAMPILAN INSTAGRAM MAHASISWA. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187. Retrieved from <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/dsjpips>
- Anggrahini D., M., Rochayanti, C., & Sosiawan A., E. (2008). PERAN HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN SRAGEN DALAM PENGELOLAAN ISI INFORMASI WEBSITE PEMDA SEBAGAI MEDIA COMMUNICATIONS RELATIONS DENGAN MASYARAKAT. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2). Retrieved from www.sragenkab.go.id
- Ardiyansyah Poernomo, C., & Hari Wibowo, J. (2023). *Analisis Proses Produksi Konten Kreatif Pada Kanal Youtube Kembara Sunyi*. Surabaya.
- Arif F. Muhammad, & Widiawan F. Rizky. (2022). Peran Divisi Humas Polda DIY Dalam Membangun Citra Positif. *JIMAKOM : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram* , 4(1), 3–4.
- Asian Akmal, Haryati, Risnawati Anggil, & Zuraini. (2023). STRATEGI HUMAS (PUBLIC RELATION) DALAM MEMBENTUK CITRA ORGANISASI. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6, 1.
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Cahyani M Adelia. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MELAYANI DAN MENGGALI POTENSI MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). Retrieved from <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Caroline Dinda, & Sihidi Taqwa. (2022). Strategi Humas Dalam Menjaga Citra Positif Pemerintah Kota Malang Di Era Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, XII, 13.
- Divisi Humas Polri. (2021, October 23). Tahukah Kamu Arti Logo Divisi Humas Polri .

- Fitriani Yuni. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, 19(2).
- Hastardjo Sri, & Yuliandari N Dewi. (2019). *PERANAN HUMAS POLRI (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peranan Humas yang di jalankan Polri dalam membangun institutional image Polri di Subbag Humas Kepolisian Resort Kota Surakarta)*. Surakarta.
- Hulasoh Ela. (2018). AKTIVITAS HUMAS POLRI DALAM MEMBINA HUBUNGAN DENGAN PERS. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 33–35.
- Kardi Wiyati, E., Sukarni, N. F., & Avisena, M. (2024). Manfaat Infografis Pada Website Humas Polri Bagi Polsek dan Polres di Indonesia. *Jurnal Cyber PR*, 4(1), 53–68. Retrieved from <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Luh, N., Permini, P. E., Made, I., & Atmaja, W. K. (n.d.). PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PUBLIKASI ONLINE PEMERINTAH DI KABUPATEN BADUNG. *Jurnal MODERAT*, 8(3).
- Maulidia Rafiq. (2020). PERAN HUMAS PEMERINTAH SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PUBLIK (STUDI PADA BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL PEMERINTAH KOTA BOGOR). *UG JURNAL*, 14.
- Muhibuddin. (2023). HUMAS SEBAGAI METODE KOMUNIKASI. *AL-FATH*, 02.
- Pratiwi Ni, Sadono Teguh, & Purnomo Yasmin. (2021). *Strategi Komunikasi Humas Polda Jatim Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Kepolisian*.
- Rizki Mulia, T., Harahap, S., & Anas Azhar, A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS LEMBAGA KESWADAYAAN MASYARAKAT (LKM) BERKAH DALAM MENINGKATKAN CITRA DI KELURAHAN KEDAI LEDANG KECAMATAN KISARAN TIMUR KABUPATEN ASAHAN. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2517–2528. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i11.378>
- Widaswara, R. Y., Buda, N., Putra, A., Agama, I., Negeri, H., Mataram, G. P., ... Singaraja, K. (2023). MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI KAMPUS IAHN GDE PUDJA MATARAM (PERSPEKTIF TEORI HIPODERMIK). *COMMUNICARE*, 4(1).

Yuningsih Siska, & Putri J. Nurul. (2023). PERAN HUMAS DALAM MEMPUBLIKASIKAN KEGIATAN KWARTIR CABANG JAKARTA SELATAN. *JURNAL BINCANG KOMUNIKASI*, 1, 58.

PORTFOLIO KERJA PRAKTIK :

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1vRhyQUu_KNen9bXL0ZtClD1y8smfZWeA