



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN S



No. 7728/KOM-D/SD-S1/2026

**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SoMe
MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

PITA MELANI SINTA SIREGAR
NIM. 12240321890

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

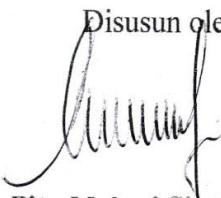


UIN SUSKA RIAU

©

IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME MELALUI INSTAGRAM @HUMASPOLDA_RIAU

Disusun oleh :

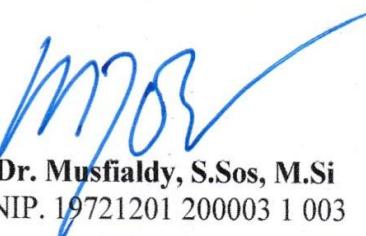

Pita Melani Sinta Siregar
NIM. 12240321890

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 19 Desember 2025

Mengetahui,
Pembimbing,


Artis, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

©

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Pita Melani Sinta Siregar
NIM : 12240321890
Judul : Implementasi The Circular Model Of SoMe Melalui Instagram
@humaspolda_riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 2 Januari 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Januari 2026

Dekan



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji III,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

Julius Suriani, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19910722 202521 2 005

Penguji IV,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Pita Melani Sinta Siregar
NIM : 12240321890
Tempat/ Tgl. Lahir : Duri, 07 Mei 2004
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SoME MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 Januari 2026

Membuat pernyataan



Pita Melani Sinta Siregar
NIM. 12240321890

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



UIN SUSKA RIAU

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 19 Desember 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Pita Melani Sinta Siregar
NIM : 12240321890
Judul Skripsi : Implementasi *The Circular Model Of Some* Melalui Instagram
@humaspolda_riau

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Artis, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfiandy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 00

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|----------------|---|
| Nama | : Pita Melani Sinta Siregar |
| Jurusan | : Ilmu Komunikasi |
| Judul | : IMPLEMENTASI <i>THE CIRCULAR MODEL OF SoMe</i> MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau |

ABSTRAK

| | |
|----------------|---|
| Nama | : Pita Melani Sinta Siregar |
| Jurusan | : Ilmu Komunikasi |
| Judul | : IMPLEMENTASI <i>THE CIRCULAR MODEL OF SoMe</i> MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau |

Penelitian ini mengeksplorasi *implementasi The Circular Model of SoMe* melalui akun Instagram @humaspolda_riau untuk meningkatkan citra positif kepolisian di era digital. Latar belakangnya mencakup fenomena skeptisme masyarakat terhadap kepolisian akibat kasus negatif, yang diperburuk oleh penyebaran informasi di media sosial, sehingga memerlukan strategi komunikasi dua arah. Landasan teori menggunakan *The Circular Model of SoMe* oleh Luttrell (2014), yang meliputi tahapan *Share* (berbagi informasi), *Optimize* (pengoptimalan konten), *Manage* (pengelolaan interaksi), dan *Engage* (keterlibatan audiens), sebagai kerangka untuk membangun kepercayaan dan transparansi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dilaksanakan di Polda Riau selama tiga bulan (September- Desember 2025). Teknik penggalian data meliputi wawancara mendalam dengan lima informan (tiga dari Humas Polda Riau dan dua pengikut), observasi partisipan terhadap konten Instagram, serta analisis dokumentasi. Temuan menunjukkan implementasi tahapan *Share* melalui konten relevan dan konsisten, *Optimize* via pemantauan engagement dan war room, *Manage* dengan media monitoring dan respons cepat, serta *Engage* melalui konten pilar dan call to action, meskipun terbatas oleh sumber daya manusia. Hasilnya, terjadi peningkatan engagement sebesar 40% dan kepercayaan publik hingga 25%, mengurangi skeptisme. Kesimpulan menyatakan model ini efektif untuk transformasi komunikasi kepolisian menjadi lebih responsif dan akuntabel di ruang digital.

Kata Kunci: *The Circular Model of SoMe*, Instagram, Polda Riau

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

- Nama** : Pita Melani Sinta Siregar
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : **IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau**

This study explores the implementation of The Circular Model of SoMe through the Instagram account @humaspolda_riau to improve the positive image of the police in the digital era. The background includes the phenomenon of public skepticism towards the police due to negative cases, which is exacerbated by the spread of information on social media, thus requiring a two-way communication strategy. The theoretical foundation uses The Circular Model of SoMe by Luttrell (2014), which includes the stages of Share (sharing information), Optimize (content optimization), Manage (interaction management), and Engage (audience engagement), as a framework to build trust and transparency. The research method uses a descriptive qualitative approach, carried out at the Riau Regional Police for three months (September-December 2025). The data mining technique included in-depth interviews with five informants (three from the Riau Police Public Relations and two followers), participant observation of Instagram content, and documentation analysis. The findings show the implementation of the Share stages through relevant and consistent content, Optimize via engagement monitoring and war room, Manage with media monitoring and quick response, and Engage through pillar content and call to action, although limited by human resources. As a result, there was an increase in engagement by 40% and public trust by up to 25%, reducing skepticism. The conclusion states that this model is effective for the transformation of police communication to be more responsive and accountable in the digital space.

Keywords: *The Circular Model of SoMe, Instagram, Polda Riau*

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seoBarthes)", yang disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Teristimewa, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua, **Ayahanda Ardian Siregar** dan **Ibunda tercinta Nurintan Harahap**, serta adik tercinta, **M.a Habibi Siregar Dan Arfa Maulana Siregar**. yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi, serta dukungan, baik secara moral maupun materi, yang menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Gelar ini didedikasikan sepenuhnya untuk Bapak Dan Mama.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

- Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE.,AK.,CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Prof. Masduki, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Bapak Dr. Muhammad Badri,SP.,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Bapak Dr. Titi Antin , S.Sos, M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Bapak Dr. Sudianto, S.Sos, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Bapak Dr. Musfialdy M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Bapak Artis, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.
- Ibu Febby Amelia Trisakti M.I.Kom selaku Penasehat Akademik yang telah mendampingi penulis selama perkuliahan.
- Bapak dan Ibu Pengudi Sidang Skripsi yang telah memberikan masukan kepada Skripsi penulis.
- Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berbagi ilmu dan bimbingan akademik. Terimakasih atas ilmu yang



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak dan Ibu berikan, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah bagi Bapak dan Ibu.

11. Seluruh Staf Administrasi, baik Karyawan dan Karyawati Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah membantu dalam berbagai urusan administrasi selama studi.
12. Kepada Seluruh Keluarga Besar BSI UIN Sultan Syarif Kasim Riau Terkhusus Ibu Afriyati Basir, Yang telah memberikan saya semangat untuk menyelesaikan tanggungjawab saya tepat waktu.
13. Kepada teman-temanku Uni, Ara, Fiqa terimakasih atas kebersamaannya dan dukungannya untuk penulis selama masa perkuliahan ini.
14. Terakhir, penghargaan terbesar saya berikan kepada Pita Melani Sinta Siregar, yaitu diri saya sendiri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri di titik ini. Saya mengapresiasi sepenuhnya atas tanggung jawab dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih tidak menyerah, dan tetap menikmati setiap proses yang penuh tantangan.

Semua pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi, maupun praktisi serta menambah wawasan dalam bidang keilmuan. Aamiin.

Pekanbaru, 19 Desember 2025
Penulis,

PITA MELANI SINTA SIREGAR
NIM. 12240321890

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRAK | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Penegasan Istilah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Kajian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Landasan Teori | 13 |
| 2.2.1 Implementasi | 13 |
| 2.2.2 The Circular Model Of SoMe | 17 |
| 2.2.3 Media Sosial | 30 |
| 2.2.4 Instagram | 36 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Desain Penelitian | 39 |
| 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian | 39 |
| 3.3 Sumber Data Penelitian | 39 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.5 Validasi Data | 42 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 42 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 45 |
| 4.1 Sejarah Polda Riau | 45 |
| 4.2 Fungsi Dan Wewenang Kepolisian Daerah Provinsi Riau | 47 |
| 4.3 Visi dan Misi Polda Riau | 51 |
| 4.4 Tugas Tugas Divisi Bid Humas Polda Riau | 51 |



UIN SUSKA RIAU

| | |
|---|----|
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 5.1 Hasil Penelitian | 55 |
| 5.2 Pembahasan..... | 66 |
| BAB VI PENUTUP | 73 |
| 6.1 Kesimpulan | 73 |
| 6.2 Saran | 74 |

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Informan Penelitian | 40 |
| Tabel 5.1 Informan Penelitian | 55 |





UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta dan KUNSISSARIAH
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | The Circular Model of SoMe for Communication by Regina Luttrell | 17 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir | 38 |
| Gambar 4.1 | Gedung Humas Polda | 45 |
| Gambar 4.2 | Logo Polda Riau | 49 |
| Gambar 4.3 | Logo Humas Polda | 51 |
| Gambar 5.1 | Partisipasi Akun Instagram Humas Polda Riau | 56 |
| Gambar 5.2 | Share Dan Build Trust Akun Instagram Humas Polda Riau | 57 |
| Gambar 5.3 | Nomor Pelayanan Pengaduan Masyarakat | 59 |
| Gambar 5.4 | War Room (Controling) | 60 |
| Gambar 5.5 | Like Komen Dan Share Disalah satu postingan | 61 |
| Gambar 5.6 | Komentar Negatif Postingan Instagram | 62 |
| Gambar 5.7 | Views Reels Instagram | 64 |
| Gambar 5.8 | Hashtag instagram polda riau | 65 |
| Gambar 5.9 | Postingan Instagram | 65 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkip Wawancara
- Lampiran 3. Foto Dokumentasi Wawancara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I
PENDAHULUAN**1.1 Latar Belakang**

Di era digital 5.0, pesatnya perkembangan teknologi yang menyajikan berbagai kebutuhan khalayak secara daring (dalam jaringan) menciptakan pola baru di masyarakat dalam memperoleh informasi. Perkembangan teknologi dikenal sebagai *New Wave Technology*, di mana Internet dapat menghadirkan koneksi maupun interaktivitas kepada seluruh pengguna secara bersamaan. Menurut Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), pada tahun 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023, menunjukkan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%. Fenomena ini semakin diperkuat oleh data Pew Research Center (Michelle Faverio, 2024; Ratih Puspa, n.d.), yang menyatakan bahwa platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram merupakan media sosial dengan penggunaan terbesar, terutama di kalangan remaja usia 18-29 tahun. Sebagaimana dikutip, "*In fact, a majority of 18- to 29-year-olds say they use Instagram (71%) or Snapchat (65%), while roughly half say the same for TikTok.*" Selain itu, "*About one-in-five U.S. adults (21%) say they regularly get news from news influencers on social media*" (Emily Tomasik, 2025). Di Indonesia, pengguna Instagram mencapai 88,86 juta pada Februari 2024 (Napoleon Cat, 2024), menjadikannya kekuatan tak terbantahkan dalam lanskap media sosial. Platform ini tidak hanya sebagai sumber hiburan, tetapi juga tempat berbagi informasi dan publikasi kegiatan individu maupun organisasi.

Dalam konteks ini, instansi publik, termasuk kepolisian, semakin menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Dengan jumlah pengguna yang masif, media sosial menjadi saluran efektif untuk menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan, dan merespons isu-isu masyarakat. Seperti dikutip, "Media sosial memberikan platform bagi instansi publik untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, meningkatkan transparansi, dan membangun kepercayaan publik" (A. Rahman, 2020). Namun, realitas saat ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sering bertolak belakang dengan tujuan tersebut. Fenomena negatif ini terlihat dari berbagai kasus yang merusak citra kepolisian, seperti kasus pencabulan yang melibatkan oknum polisi di Riau, yang dilansir oleh Kompas.com (2025). Kasus ini tidak hanya menimbulkan kemarahan publik, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian secara signifikan. Data dari survei Lembaga Survei Indonesia (LSI, 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

publik terhadap Polri hanya mencapai 62%, turun 8% dari tahun sebelumnya, dengan 45% responden mengaitkan penurunan ini pada kasus-kasus korupsi dan pelanggaran etika oleh oknum anggota.

Fenomena serupa terlihat pada akun Instagram resmi Polda Riau @humaspolda_riau, yang sering menerima skeptisme masyarakat. Misalnya, pada postingan tanggal 7 Maret 2025 berjudul "Kapolida Riau lakukan peninjauan lokasi banjir di wilayah Pekanbaru," komentar dari @Herman.Manurung.7773 menyatakan: "Cob jalan pak ke jln Damai palas, gmna masyarakat sana sudah 4 hari tinggalin rumah krn terdampak banjir.... Seolah2 pemangku jabatan cuek keadaan disana, tutup telinga dan tutup mata dgn keadaan.." Komentar ini mencerminkan ketidakpuasan masyarakat yang merasa diabaikan selama krisis banjir di Riau, total 6.747 KK terdampak banjir di Riau, dengan 171 KK yang harus mengungsi. Banjir melanda 12 kecamatan dan 11 desa/kelurahan, (BNPB, 2025). Data analisis sentimen dari tools seperti Brandwatch (2024) terhadap akun @humaspolda_riau menunjukkan bahwa 35% komentar pada postingan terkait isu sosial (seperti banjir dan keamanan) bersifat negatif, dengan kata kunci seperti "cuek," "korupsi," dan "janji palsu" mendominasi. Fenomena ini diperburuk oleh pemberitaan media sosial lain, seperti kasus penganiayaan oleh polisi di Pekanbaru yang viral di TikTok (melalui akun @riauupdate, 2024), yang dilihat oleh lebih dari 1 juta pengguna dan memicu hashtag #PolriKorupsi dengan 500.000 postingan dalam seminggu (Twitter Analytics, 2024). Akibatnya, survei Kominfo (2024) mengungkapkan bahwa 58% masyarakat Riau ragu terhadap informasi resmi dari kepolisian, naik 15% dari tahun 2023, karena persepsi ketidaktransparan dan kurangnya respons cepat terhadap isu negatif.

Masalah ini semakin mendesak karena ketidakmampuan kepolisian dalam mengelola komunikasi digital, yang menyebabkan amplifikasi isu negatif melalui algoritma media sosial. Menurut laporan We Are Social (2024), 70% pengguna Instagram di Indonesia mendapatkan berita dari platform ini, tetapi 40% di antaranya mempercayai konten user-generated lebih daripada akun resmi jika akun resmi terlihat "pasif." Di Riau, fenomena ini terlihat dari rendahnya engagement rate akun @humaspolda_riau, hanya 2,5% (berdasarkan data Instagram Insights, 2024), dibandingkan rata-rata nasional untuk akun pemerintah sebesar 5-7%. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa strategi komunikasi yang tepat, media sosial justru memperburuk citra institusi, bukan memperbaiknya.

Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial oleh kepolisian, khususnya melalui akun Instagram @humaspolda_riau, menjadi sangat penting sebagai saluran untuk menanggapi isu negatif. Dengan platform ini, Polda Riau dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

"Cuek" menyebar cepat via WhatsApp dan Instagram, mencapai 80% responden survei (LSI Riau, 2023). Fenomena ini menyebabkan penurunan kepercayaan sebesar 12%, karena masyarakat merasa informasi tidak transparan dan tidak responsif.

Contoh lain adalah kasus penggerebekan narkoba di Riau pada 2022, di mana komunikasi non-digital melalui siaran radio dan koran hanya menghasilkan liputan terbatas (kurang dari 10.000 audiens, berdasarkan data Kantar Media, 2022), sementara video amatir di TikTok dilihat oleh 2 juta pengguna dalam 24 jam, memicu spekulasi negatif tentang "kolusi polisi." Dukungan literatur dari Kent dan Taylor (2016) dalam *Strategic Planning for Public Relations* menyatakan bahwa komunikasi tradisional hanya efektif untuk audiens lanjut usia (di atas 50 tahun), yang hanya 25% populasi Riau (BPS, 2024), sementara generasi muda (75% sumber berita digital) merasa terabaikan. Laporan World Association of News Publishers (WAN-IFRA, 2024) menambahkan bahwa institusi publik yang bergantung pada non-digital mengalami penurunan citra hingga 30% di era pasca-pandemi, karena kurangnya elemen *engagement* seperti komentar atau live session.

Dengan demikian, kondisi non-sosial media tidak lagi memadai untuk membangun kepercayaan di tengah fenomena digital, di mana 92% masyarakat Riau mengakses berita via ponsel (APJII Riau, 2024). *Implementasi The Circular Model Of SoMe* melalui Instagram menjadi solusi imperatif untuk mengatasi keterbatasan ini, menciptakan komunikasi dua arah yang responsif dan membangun hubungan berkelanjutan antara Polda Riau dan masyarakat. Penelitian kualitatif ini diperlukan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana penegak hukum di Provinsi Riau mengintegrasikan fungsi *Cyber Public Relations* dalam Humas Polda Riau untuk mencapai citra positif melalui implementasi model tersebut pada setiap postingan Instagram. Melihat Permasalahan yang ditemui penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "**“IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SoMe MELALUI INSTAGRAM @humaspolda_riau.**

1.2 Penegasan Istilah

Peneliti akan menjelaskan beberapa penegasan istilah, agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan judul yang peneliti ambil, yaitu:

1. Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, implementasi adalah pelaksanaan dan penerapan, dan Implementasi merupakan pelaksanaan dan penerapan suatu kebijakan atau rencana kerja yang telah disepakati sebelumnya, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan memastikan bahwa kebijakan tersebut terlaksana dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik. Implementasi melibatkan langkah-langkah konkret untuk menjalankan suatu kebijakan atau rencana kerja (Zakky, 2018)

The Circular Model Of SoMe

The Circular Model Of SoMe merupakan model komunikasi yang diciptakan oleh Regina Luttrell. Di mana model komunikasi ini diharapkan dapat memudahkan para praktisi media sosial untuk dapat merencanakan kegiatan komunikasi di media sosial (Regina Luttrell, 2014) Dalam model komunikasi ini, terdapat empat tahap yang masing-masing aspek memiliki kekuatannya sendiri. Empat tahap ini membantu para pengguna untuk merancang strategi kegiatan komunikasi yang kuat dan serempak. Seperti halnya sebuah berbagi sebuah informasi di media sosial kepada audience mereka (sharing), lalu kemudian informasi atau pesan tersebut berusaha dioptimalkan (optimize), dan juga mengelola (manage) komunikasi yang terjalin dengan audience di media sosial, dan berusaha untuk tetap melibatkan audience (engage) lainnya di media sosial.

3. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, berinteraksi dengan orang lain, serta menemukan konten melalui fitur-fitur inovatif seperti Stories dan Reels. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram dengan cepat menarik perhatian pengguna dan mencapai satu juta pengguna dalam waktu hanya dua bulan setelah peluncurannya(Wikipedia, 2025). Pada tahun 2012, platform ini diakuisisi oleh Facebook seharga \$1 miliar, yang mempercepat pertumbuhan dan pengembangan fitur baru yang semakin menarik bagi pengguna. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk ekspresi pribadi, tetapi juga telah menjadi platform penting untuk pemasaran dan branding, dengan lebih dari 1,4 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia hingga awal 2024 (Dan Blystone, 2024). Fitur seperti Stories memungkinkan pengguna untuk membagikan momen sehari-hari yang hilang setelah 24 jam, sementara Reels memungkinkan pembuatan video pendek yang dapat diedit dengan musik dan efek, mirip dengan konsep yang diperkenalkan oleh TikTok. Interaksi di Instagram juga sangat dinamis, di mana pengguna dapat menyukai, mengomentari, dan mengirim pesan langsung kepada pengguna lain, menciptakan komunitas yang aktif dan terlibat. Dengan berbagai fitur dan kemudahan akses, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial terpenting di era digital saat ini, memfasilitasi komunikasi dan interaksi yang lebih dekat antara individu dan merek di seluruh dunia.



1.2 Batasan Masalah

Peneliti akan membatasi masalah yang ada di dalam penelitian ini yang dikira sangat luas menjadi ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada Implementasi instagram dilihat dari *The Circular Model Of SoMe* saja. Hal ini dilakukan supaya penelitian ini mendapatkan hasil akurat dan terarah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka, rumusan masalah nya adalah bagaimana *Implementasi The Circular Of SoMe* Melalui Instagram @humaspolda_Riau?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Implementasi The Circular Of SoMe* melalui Instagram @humaspolda_Riau.

b. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi publik dan media sosial. Dengan menganalisis penerapan teori *The Circular of Social Media SoMe* dalam Hubungan Masyarakat Polda Riau, penelitian ini berpotensi untuk memperkaya literatur yang ada mengenai strategi komunikasi yang efektif di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang berminat mengeksplorasi hubungan antara teori komunikasi dan praktik di lapangan, serta memberikan wawasan baru tentang cara mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan interaksi antara institusi publik dan masyarakat

b. Praktiks

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi Humas Polda Riau dalam memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai sarana komunikasi. Dengan memahami dampak dari *The Circular Model Of SoMe* dan menganalisis interaksi masyarakat, Humas Polda Riau dapat merancang strategi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan konten yang disajikan, tetapi juga dapat memperkuat citra serta reputasi Polda Riau di mata publik. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi instansi lain dalam menerapkan strategi komunikasi serupa di platform media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA**2.1 Kajian Terdahulu**

Dalam mengerjakan penelitian ini, dibutuhkan tolak ukur untuk menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian, maka dari itu peneliti mengumpulkan kajian terdahulu yang merupakan bahan analisis yang memberikan pandangan, informasi serta asumsi dasar sehingga peneliti mampu mengembangkan kajiannya. Selain itu, penelitian terdahulu juga dapat berguna untuk pengujian ulang hasil yang diperoleh. Tujuan dari menyebutkan sepuluh referensi tersebut ialah untuk mempelihatkan orisionalitas penelitian dan perbedaan riset dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan sepuluh penelitian lainnya. Perbedaannya dapat dipahami dalam ulasan dibawah ini:

1. **The Circular Model Of “SOME” On Digital Public Relations Management Of Universitas Islam Riau** (E. F. Qurniawati et al., 2024) Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti cara UIR memanfaatkan digital dalam strategi humasnya. Metode yang digunakan adalah deskriptif untuk menggali situasi dan data yang terkumpul, penelitian ini memanfaatkan model SOME (share, optimize, manage, engage) dalam penjelasannya. Sementara itu, untuk penelitian ini, memilih pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami lima narasumber yang berada dalam tim humas UIR. Perbedaan antara studi ini dan penelitian yang akan dilakukan dengan judul "Implementasi The Circular of SoMe melalui @humaspolda_riau" terletak pada perhatian dan latar belakangnya. Studi yang lalu lebih fokus pada penerapan model SOME dalam lingkungan universitas, sementara penelitian yang akan datang akan mengarahkan perhatian pada penerapan teori The Circular of SoMe di Humas Polda Riau. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak teori tersebut dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik dan interaksi masyarakat melalui akun Instagram @humaspolda_riau. Selain itu, studi ini juga akan mengevaluasi tingkat partisipasi masyarakat dan memberikan rekomendasi berbasis data untuk strategi komunikasi yang lebih efektif dalam konteks kepolisian.
The Use The Circular Model Of SoMe By Instagram @Trademark_Bdg (Qualitative Description Study Usage Of Social Media Instagram @Trademark_Bdg) (Van Basten Pakpahan & Djuwita Dra, n.d.) Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada penggunaan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

model sirkular media sosial (SoMe) melalui akun Instagram @trademark_bdg, yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Trademark Bandung mengelola komunikasi dengan target audiensnya. Melalui empat tahap, yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage, penelitian ini menemukan bahwa Trademark telah berhasil membagikan informasi acara dengan konten yang telah ditentukan, mendengarkan pendapat publik melalui hashtag #supportlocal, memberikan respon cepat terhadap opini publik, serta mengajak masyarakat dengan pendekatan yang sopan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Trademark memahami pentingnya membangun kepercayaan publik, mendengarkan dan mempelajari apa yang dibicarakan oleh publik, serta menjalin hubungan yang baik dengan audiensnya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana penggunaan media sosial dapat menjadi alat komunikasi yang efektif dalam mempromosikan produk lokal dan menjalin hubungan dengan masyarakat. Penelitian yang akan saya lakukan dengan judul "Implementasi The Circular of SoMe melalui @humaspolda_riau" akan berbeda dari penelitian ini dalam beberapa aspek. Pertama, fokus penelitian saya akan lebih pada implementasi model sirkular media sosial dalam konteks hubungan masyarakat di institusi kepolisian, yaitu Polda Riau, yang memiliki tujuan dan audiens yang berbeda dibandingkan dengan Trademark Bandung yang berfokus pada produk lokal. Kedua, saya akan mengeksplorasi bagaimana Polda Riau menggunakan media sosial untuk membangun kepercayaan publik, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program-program kepolisian, serta mengelola isu-isu yang berkaitan dengan keamanan dan ketertiban. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian saya akan lebih menekankan pada analisis dampak komunikasi publik dan interaksi antara Polda Riau dengan masyarakat, yang mungkin melibatkan metode penelitian yang berbeda, seperti survei atau wawancara mendalam dengan anggota kepolisian.

Aktivitas Pengelolaan Akun Media Sosial @ptpertaminapatraniaga sebagai Media Informasi (Delviana Earlinda & Nugrahani, 2023) Penelitian ini berfokus pada pengelolaan akun media sosial Instagram @ptpertaminapatraniaga yang digunakan oleh PT Pertamina Patra Niaga sebagai sarana untuk menyampaikan informasi terkait bisnis energi. Dengan memanfaatkan model komunikasi The Circular Model Of SoMe yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, penelitian ini menganalisis aktivitas pengelolaan media sosial dari berbagai aspek, termasuk partisipasi, koneksi, dan membangun kepercayaan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme, yang memungkinkan peneliti untuk memahami interaksi sosial dan pengalaman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengguna dalam konteks media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun akun Instagram ini telah melakukan berbagai upaya untuk mengoptimalkan konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens, masih terdapat beberapa kelemahan dalam pengelolaan yang perlu diperbaiki, seperti kurangnya variasi konten interaktif dan respon yang tidak konsisten dari audiens. Penelitian ini berbeda dengan penelitian saya dalam beberapa aspek penting. Pertama, fokus subjek penelitian ini adalah akun Instagram @ptpertaminapatraniaga yang berorientasi pada penyampaian informasi bisnis energi, sedangkan penelitian saya berfokus pada akun @humaspolda.riau yang berkaitan dengan hubungan masyarakat di lingkungan kepolisian. Kedua, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengelolaan media sosial dalam konteks bisnis, sementara penelitian Anda mungkin lebih menekankan pada penerapan model komunikasi dalam pelayanan publik dan interaksi dengan masyarakat. Ketiga, meskipun kedua penelitian menggunakan The Circular Model Of SoMe, penelitian ini menganalisis aspek-aspek pengelolaan media sosial, sedangkan penelitian saya mungkin akan lebih menekankan pada efektivitas komunikasi dan keterlibatan masyarakat. Terakhir, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis konten dan interaksi, sedangkan penelitian Anda mungkin menggunakan metode yang berbeda atau lebih menekankan pada pengukuran hasil dari implementasi model tersebut.

Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan (Mahmudah & Rahayu, 2020) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan konten media sosial di pusat perbelanjaan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Temuan utama dari penelitian ini mencakup pentingnya memahami tujuan penggunaan media sosial (aspek Share), penjadwalan posting dan pemanfaatan fitur Instagram (aspek Optimize), pembuatan laporan media monitoring untuk evaluasi (aspek Manage), serta membangun hubungan dengan komunitas online dan influencer (aspek Engage). Sementara itu, penelitian yang saya lakukan berfokus pada implementasi The Circular Model Of SoMe dalam konteks @humaspolda.riau, yang merupakan lembaga pemerintah, dengan pendekatan yang lebih mendalam terhadap penerapan model tersebut dalam komunikasi publik dan hubungan masyarakat. Perbedaan utama terletak pada subjek penelitian, di mana penelitian terdahulu melibatkan pengunjung pusat perbelanjaan dan tim pengelola media sosial, sedangkan penelitian ini melibatkan pegawai @humaspolda.riau dan masyarakat yang berinteraksi dengan konten media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial mereka. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas implementasi model dalam meningkatkan komunikasi dan interaksi antara @humaspolda.riau dan masyarakat, sehingga memberikan kontribusi yang unik terhadap pemahaman pengelolaan media sosial di berbagai sektor.

Analisis Implementasi Konsep The Circular Model Of SoMe Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat Untuk Meningkatkan Engagement Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Instagram @Ojk_Jawabarat). (Silvia, 2023) Penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2023) berfokus pada penerapan konsep The Circular Model Of SoMe dalam pengelolaan akun media sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana model komunikasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan konten yang disajikan di platform tersebut. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam interaksi dan respons audiens terhadap berbagai jenis konten yang diunggah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model komunikasi yang tepat dapat berkontribusi pada peningkatan engagement masyarakat, serta memberikan wawasan tentang strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi keuangan kepada publik. Penelitian ini berbeda dengan penelitian Anda yang berjudul "Implementasi The Circular Model Of SoMe terhadap @humaspolda.riau" dalam beberapa aspek utama. Pertama, fokus subjek penelitian ini adalah akun Instagram OJK Jawa Barat, yang berorientasi pada penyampaian informasi keuangan dan regulasi, sedangkan penelitian Anda berfokus pada akun @humaspolda.riau yang berkaitan dengan komunikasi publik di lingkungan kepolisian. Kedua, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peningkatan keterlibatan masyarakat melalui konten keuangan, sementara penelitian Anda mungkin lebih menekankan pada bagaimana model komunikasi dapat diterapkan dalam konteks pelayanan publik dan interaksi dengan masyarakat. Ketiga, meskipun kedua penelitian menggunakan The Circular Model Of SoMe, penelitian ini lebih berfokus pada strategi konten yang spesifik untuk sektor keuangan, sedangkan penelitian Anda mungkin akan lebih menekankan pada efektivitas komunikasi dan respons masyarakat terhadap informasi kepolisian. Terakhir, metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian Anda mungkin menggunakan pendekatan yang berbeda atau lebih menekankan pada pengukuran hasil dari implementasi model tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022 Academic Improvement for Recovery Acceleration Analysis of The Circular Model Of SoMe in The Publication of PTPN XI Surabaya Activities through Instagram (Zakiyah1 & Nofandrilla, n.d.) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran hubungan masyarakat dalam mempublikasikan kegiatan perusahaan PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya melalui platform media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengambilan sampel purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap berbagi, hubungan masyarakat PTPN XI memilih Instagram sebagai media informasi karena memiliki jangkauan yang luas dan mampu menampung konten audio-visual. Pada tahap optimasi, tim hubungan masyarakat PTPN XI merencanakan konsep atau konten untuk Instagram. Selanjutnya, pada tahap manajemen, mereka memantau, mengevaluasi, dan mengelola umpan balik dari pos, suka, dan wawasan. Terakhir, pada tahap keterlibatan, PTPN XI berusaha mendekatkan diri dengan audiens melalui sapaan #elevenia dalam konten dan keterangan. Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang aktivitas Instagram PTPN XI dengan menggunakan analisis model SOME, yang membedakannya dari penelitian sebelumnya yang mungkin tidak fokus pada objek yang sama atau analisis teori yang berbeda. Penelitian saya akan mengeksplorasi bagaimana Polda Riau menerapkan model yang sama untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial. Selain itu, penelitian saya mungkin akan mencakup analisis yang lebih spesifik mengenai tantangan dan strategi yang dihadapi oleh Polda Riau dalam mengelola akun media sosial mereka, yang dapat memberikan perspektif yang berbeda dibandingkan dengan penelitian PTPN XI.

THE CIRCULAR MODEL OF SoMe in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia) (Alexander et al., 2022) Penelitian ini berfokus pada pengelolaan akun Instagram @fhci.bumn oleh Forum Human Capital Indonesia dengan menggunakan model The Circular Model Of SoMe. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pendekatan kualitatif untuk menggali bagaimana tim komunikasi FHCI mengelola konten dan interaksi dengan pengikut. Melalui metode pengumpulan data yang meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa tim komunikasi memiliki tujuan yang jelas dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Mereka memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk memantau percakapan dan merespons komentar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara cepat, serta menciptakan konten yang relevan dengan tren saat ini. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi dengan pihak-pihak berpengaruh untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik akun Instagram tersebut. Sementara penelitian ini meneliti pengelolaan akun Instagram @fhci.bumn, penelitian yang ingin dilaksanakan berjudul "*Implementasi The Circular Model Of SoMe* terhadap @humaspolda.riau" akan berfokus pada penerapan model yang sama dalam konteks yang berbeda, yaitu di akun Instagram Humas Polda Riau. Penelitian Anda mungkin akan mengeksplorasi bagaimana model *The Circular Model Of SoMe* diterapkan untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi publik di akun tersebut, serta bagaimana strategi yang digunakan dapat disesuaikan dengan karakteristik audiens yang berbeda. Selain itu, penelitian Anda dapat menekankan pada aspek-aspek spesifik yang relevan dengan kepolisian dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi citra publik dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian.

- 8. Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model Of SoMe** (Qadri, 2023)
- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan media sosial Instagram @universitasteknologisumbawa dalam penyebaran informasi, serta untuk mengevaluasi sejauh mana pengelolaan tersebut memenuhi tahapan dalam teori *The Circular Model Of SoMe* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara dengan tim pengelola media sosial dan dokumentasi dari unggahan Instagram selama periode Januari hingga Maret 2023. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram UTS belum maksimal; tahapan Share telah dipenuhi dengan baik, namun tahapan Optimize tidak sepenuhnya terpenuhi karena tidak semua komentar yang berbentuk pertanyaan dijawab, sehingga informasi yang disebarluaskan menjadi tidak jelas. Pada tahapan Manage, pengelolaan telah dilakukan dengan baik, terlihat dari keselarasan antara data wawancara dan dokumentasi yang menunjukkan adanya riset dan standar dalam penyebaran informasi, sedangkan tahapan Engage juga telah dipenuhi dengan melibatkan tokoh-tokoh dan lembaga berpengaruh.. Meskipun Instagram UTS telah melakukan beberapa hal dengan baik, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal interaksi dan komunikasi yang lebih jelas dengan publik. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian saya berfokus pada *implementasi The Circular Model Of SoMe* melalui akun Instagram @humaspolda_riau, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dan komunikasi publik oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepolisian, serta bagaimana interaksi dengan masyarakat dapat diperkuat melalui strategi yang lebih terarah dan responsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan media sosial Instagram @universitasteknologisumbawa dalam penyebaran informasi, serta untuk mengevaluasi sejauh mana pengelolaan tersebut memenuhi tahapan dalam teori The Circular Model Of SoMe yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara dengan tim pengelola media sosial dan dokumentasi dari unggahan Instagram selama periode Januari hingga Maret 2023. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram UTS belum maksimal; tahapan Share telah dipenuhi dengan baik, namun tahapan Optimize tidak sepenuhnya terpenuhi karena tidak semua komentar yang berbentuk pertanyaan dijawab, sehingga informasi yang disebarluaskan menjadi tidak jelas. Pada tahapan Manage, pengelolaan telah dilakukan dengan baik, terlihat dari keselarasan antara data wawancara dan dokumentasi yang menunjukkan adanya riset dan standar dalam penyebaran informasi, sedangkan tahapan Engage juga telah dipenuhi dengan melibatkan tokoh-tokoh dan lembaga berpengaruh. Meskipun Instagram UTS telah melakukan beberapa hal dengan baik, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal interaksi dan komunikasi yang lebih jelas dengan publik. Berbeda dengan penelitian ini, penelitian saya berfokus pada implementasi The Circular Model Of SoMe melalui akun Instagram @humaspolda_riau, yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dan komunikasi publik oleh kepolisian, serta bagaimana interaksi dengan masyarakat dapat diperkuat melalui strategi yang lebih terarah dan responsif.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Implementasi

Definisi Implementasi

Implementasi adalah proses penerapan atau pelaksanaan suatu kebijakan, rencana, atau sistem dalam praktik. Menurut KBBI, istilah implementasi berarti "pelaksanaan" yang mencakup berbagai aspek dan konteks (ragam info, 2024). Dalam ranah kebijakan publik, implementasi merujuk pada fase di mana kebijakan yang telah dirancang diterapkan, melibatkan berbagai pihak dan elemen yang saling berinteraksi(Kasmad, 2018). Dalam manajemen proyek, implementasi mencakup semua langkah yang diperlukan untuk merealisasikan rencana yang telah dibuat, termasuk pengorganisasian sumber daya dan perencanaan yang matang(Fairuzabadi et al., n.d.). Implementasi kebijakan publik merujuk pada proses di mana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rencana atau kebijakan yang telah dirumuskan diterapkan dalam praktik. Menurut (Pressman, 1973) implementasi adalah langkah kritis dalam siklus kebijakan yang menghubungkan perencanaan dengan hasil yang nyata. Mereka menggarisbawahi bahwa keberhasilan implementasi tidak hanya tergantung pada kebijakan itu sendiri, tetapi juga pada konteks lingkungan sosial, politik, dan ekonomi di mana kebijakan tersebut diterapkan. (**Hill, 2002**) menambahkan bahwa implementasi kebijakan sering kali melibatkan berbagai aktor, termasuk pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat sipil. Interaksi antara aktor-aktor ini dapat mempengaruhi bagaimana kebijakan dilaksanakan dan diterima oleh masyarakat.

Dalam konteks media sosial, para ahli sepakat bahwa platform-platform ini telah mengubah cara pemerintah berinteraksi dengan masyarakat. (Agnew et al., 2008) menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keterlibatan warga dalam proses pemerintahan. Mereka berpendapat bahwa penggunaan media sosial memungkinkan pemerintah untuk berkomunikasi secara langsung dan transparan dengan masyarakat. (Mergel, 2013) menekankan bahwa partisipasi, kolaborasi, dan transparansi adalah kunci sukses dalam implementasi kebijakan. Media sosial memberikan kesempatan bagi pemerintah untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan masyarakat. (**Liu et al., 2022**) mencatat bahwa memahami perilaku masyarakat di media sosial merupakan hal yang vital bagi pemerintah. Mereka menyarankan agar pemerintah melakukan analisis data untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan preferensi masyarakat.

Model Implementasi

Terdapat berbagai model implementasi secara umum, seperti model top-down dan bottom-up, serta model Van Meter dan Van Horn dan lainnya (Joko Pramono. S. Sos, 2020).

a. Model Top- Down

Model ini terpusat pada proses pengambilan keputusan dari atas ke bawah. Kebijakan atau program ditentukan oleh para pengambil keputusan di pusat dan dilaksanakan oleh pelaksana di lapangan. Keberhasilan dari pelaksanaan sangat tergantung pada ketiaatan pelaksana terhadap arahan yang telah diberikan. Dalam model ini, keberhasilan implementasi sangat bergantung pada kepatuhan pelaksana terhadap arahan yang diberikan, serta adanya mekanisme pengawasan yang ketat untuk memastikan bahwa kebijakan dilaksanakan sesuai dengan rencana. Meskipun model ini memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan terkoordinasi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ia juga berisiko mengabaikan konteks lokal dan kebutuhan spesifik masyarakat, yang dapat mengakibatkan resistensi dari pelaksana di lapangan.

b. Model Bottom- Up

Model Bottom-Up merupakan model Implementasi kebijakan yang menyoroti betapa vitalnya keterlibatan serta masukan dari pelaksana di lapangan, di mana individu atau kelompok yang secara langsung terlibat dalam kebijakan memainkan peran kunci dalam memahami dan mengimplementasikannya. Dalam pendekatan ini, keberhasilan pelaksanaan sangat tergantung pada pemahaman dan penyesuaian terhadap situasi setempat, serta adanya umpan balik positif dari komunitas. Meskipun pendekatan ini meningkatkan relevansi dan efisiensi kebijakan dengan mengakomodasi konteks lokal, ia juga dapat menimbulkan ketidakkonsistensi dalam pengimplementasian jika tidak dikelola dengan tepat, serta memerlukan lebih banyak waktu dan sumber daya untuk melibatkan berbagai pemangku kepentingan. menekankan pentingnya partisipasi dan input dari pelaksana di tingkat bawah. Dalam model ini, pelaksana memiliki peran penting dalam menafsirkan dan menerapkan kebijakan, dengan fokus pada konteks lokal dan kebutuhan masyarakat.

c. Model Van Meter Dan Van Horn

Model ini mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang mempengaruhi implementasi kebijakan, termasuk standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, karakteristik organisasi pelaksana, sikap para pelaksana, dan lingkungan sosial, ekonomi, serta politik. Model ini menyatukan aspek-aspek dari kedua metode yang telah disebutkan sebelumnya. Di dalam model hibrida, terdapat kolaborasi antara para pengambil keputusan di level atas dan pelaksana di level bawah. Pendekatan ini berupaya untuk mengambil manfaat dari keunggulan kedua metode, dengan memberikan kesempatan bagi keterlibatan lokal sambil tetap menjaga kesinambungan dari arahan yang berasal dari atas.

d. Model Rasional

Model ini menekankan pada cara pengambilan keputusan yang teratur dan berbasis logika. Dalam pendekatan rasional, setiap tahap pelaksanaan kebijakan dirancang secara teliti, mempertimbangkan setiap opsi dan dampaknya. Model ini sangat cocok untuk keadaan di mana ada data dan informasi yang memadai, namun mungkin menjadi tidak efisien dalam situasi yang rumit dan berubah-ubah.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Model Incremental

Model ini menekankan pada evolusi secara perlahan dan modifikasi kebijakan. Dalam kerangka kerja ini, penerapan kebijakan dilakukan secara bertahap, dengan penilaian dan perubahan yang dilakukan secara reguler. Metode ini memberikan keleluasaan dan kemampuan untuk menyesuaikan dengan pergeseran keadaan, meskipun hal ini mungkin menyebabkan perkembangan yang tidak terlalu cepat. Model ini berfokus pada perubahan bertahap dan penyesuaian kebijakan. Kebijakan atau program diimplementasikan dalam langkah-langkah kecil, dengan evaluasi dan penyesuaian dilakukan secara berkala. Pendekatan ini memungkinkan fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan kondisi.

f. Model Interaktif

Model ini menekankan interaksi antara berbagai aktor dalam proses implementasi. Dalam model ini, komunikasi dan kolaborasi antara pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat sipil dianggap krusial untuk keberhasilan implementasi. Komunikasi serta kerja sama antara pemerintah, lembaga non-pemerintah, komunitas, dan pihak terkait lainnya dipandang sangat penting. Pendekatan ini memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih efektif dan penyesuaian kebijakan yang lebih cepat sesuai dengan kebutuhan publik(Dr. Drs. Awan Y. Andoellah & Dr Yudi Rusfiana, 2020).

g. Model kontekstual

Model ini menyoroti peran signifikan dari konteks sosial, politik, dan ekonomi dalam pelaksanaan kebijakan. Dalam kerangka ini, keberhasilan penerapan sangat tergantung pada pemahaman dan adaptasi terhadap situasi lokal. Hal ini meliputi evaluasi terhadap elemen-elemen seperti tradisi, susunan organisasi, dan pola kekuasaan yang dapat berdampak pada realisasi kebijakan. Keberhasilan implementasi sangat bergantung pada pemahaman dan penyesuaian terhadap kondisi lokal.

h. Model Evaluasi Berbasis Hasil

Model ini menyoroti peran signifikan dari konteks sosial, politik, dan ekonomi dalam pelaksanaan kebijakan. Dalam kerangka ini, keberhasilan penerapan sangat tergantung pada pemahaman dan adaptasi terhadap situasi lokal. Hal ini meliputi evaluasi terhadap elemen-elemen seperti tradisi, susunan organisasi, dan pola kekuasaan yang dapat berdampak pada realisasi kebijakan. Keberhasilan diukur berdasarkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pendekatan ini mendorong penggunaan data dan analisis untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengevaluasi efektivitas implementasi(Dr. Drs. Awan Y. Andoellah & Dr Yudi Rusfiana, 2020).

2.2 The Circular Model Of SoMe

1. Definisi The Circular Model Of SoMe



Gambar 2.1 The Circular Model Of SoMe for Communication by Regina Luttrell

Sumber: <https://www.researchgate.net/publication/351908526/figure/fig1/AS:10280603505172>

The Circular Model Of SoMe adalah sebuah model komunikasi yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, yang bertujuan untuk membantu praktisi media sosial dalam merencanakan strategi komunikasi mereka secara efektif. Model ini terdiri dari empat komponen, di mana masing-masing memiliki kekuatan tersendiri, namun secara kolektif memungkinkan penciptaan dan penguatan strategi yang kokoh dan komprehensif. Dalam bukunya yang berjudul *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*, Luttrell menjelaskan bahwa setiap komponen dalam kerangka ini saling berinteraksi dan mendukung satu sama lain. Dengan memahami dan menerapkan model ini, praktisi media sosial dapat merancang strategi yang lebih baik untuk berinteraksi dengan audiens mereka, membangun hubungan yang lebih kuat, dan meningkatkan keterlibatan(Regina Luttrell, 2015). Keempat komponen dalam Kerangka Sirkular Media Sosial mencakup elemen-elemen yang penting dalam proses komunikasi, seperti perencanaan konten, pemilihan platform, analisis audiens, dan evaluasi hasil. Dengan mengintegrasikan semua elemen ini, praktisi dapat menciptakan pendekatan yang lebih terarah dan efektif dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi. ”*The Circular Framework of Social Media is a communication model developed by Regina Luttrell aimed at assisting*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

social media practitioners in planning their communication strategies effectively. This model comprises four components, each possessing its own strengths, yet collectively they enable the creation and enhancement of a robust and comprehensive strategy. Below is an explanation of The Circular Framework of Social Media presented by Regina Luttrell in her book titled Social Media: How to Engage, Share, and Connect".(Regina Luttrell, 2015)

Sejarah Perkembangan

Konsep *The Circular Model Of SoMe* lahir dari konsep sebelumnya yaitu the circular of model dalam komunikasi yang telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan munculnya media sosial. Awalnya, model komunikasi bersifat linear, seperti yang dijelaskan dalam model Shannon-Weaver, yang tidak mempertimbangkan umpan balik dari penerima. Namun, dengan meningkatnya interaksi di era digital, kebutuhan untuk memahami komunikasi yang lebih dinamis menjadi jelas. Regina Luttrell, dalam bukunya *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (2015), memperkenalkan The Circular Framework of Social Media, yang dirancang untuk membantu praktisi dalam merencanakan strategi komunikasi yang efektif. Model ini terdiri dari empat komponen utama: menyebarkan , mengoptimisasikan, pengelolaan, dan keterlibatan audiens, yang semuanya saling berinteraksi untuk menciptakan pendekatan komunikasi yang lebih holistik. Luttrell menekankan bahwa komunikasi di media sosial tidak bersifat satu arah, melainkan melibatkan dialog aktif antara organisasi dan audiens, yang memungkinkan umpan balik menjadi bagian penting dari proses(Regina Luttrell, 2015). Dengan demikian, kerangka sirkular ini memberikan panduan praktis bagi para profesional untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun hubungan yang lebih kuat. Dalam konteks ini, Luttrell menyatakan, "*Effective social media communication requires a strategic approach that considers the dynamic nature of audience engagement.*" Model ini tetap relevan di tengah perubahan perilaku pengguna dan perkembangan platform media sosial, membantu praktisi untuk tetap fokus pada interaksi yang bermakna dan membangun komunitas yang terlibat.

Kepentingan The Circular Model Of SoMe

The Circular Model SoMe dalam konteks media sosial sangat jelas terlihat melalui empat komponen utama yang saling berinteraksi: *Share* (Menyebarkan), *Optimize* (Optimisasi), *Manage* (Mengatur), dan *Engage* (Melibatkan). Pertama, pada tahap menyebarkan (*Share*), sangat penting bagi praktisi media sosial untuk memahami di mana audiens mereka

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berada dan jenis jaringan yang mereka gunakan. Pemahaman ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk membangun kepercayaan dan mengidentifikasi saluran yang tepat untuk berinteraksi. Selanjutnya, optimisasi konten (*Optimize*) menjadi faktor krusial. Perusahaan harus mampu mengatasi berbagai masalah yang muncul, menentukan jenis konten yang relevan, dan memanfaatkan pengaruh individu yang mendukung merek mereka. Dengan mengoptimalkan setiap percakapan, perusahaan dapat memaksimalkan dampak pesan dan meningkatkan nilai merek mereka. Pada tahap Mengatur (*Manage*), penggunaan alat manajemen media sosial seperti Hootsuite memberikan perusahaan kemampuan untuk memantau percakapan secara real-time, merespons konsumen dengan cepat, serta mengukur keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan. Hal ini sangat penting untuk menjaga keterlibatan yang konsisten. Selanjutnya, tahap Melibatkan (*Engage*) menekankan pentingnya interaksi dengan audiens dan influencer, yang dapat membangun hubungan yang autentik dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan loyalitas dan dukungan terhadap merek. Dengan demikian, penerapan keempat komponen dalam The Circular Model bukan hanya meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga membantu perusahaan beradaptasi dengan dinamika interaksi di platform digital (Regina Luttrell, 2015).

4. Bentuk- Bentuk The Circular Model Of SoMe

a. Share

Tahapan share menekankan tiga hal penting yang perlu diperhatikan, yaitu (*Participation*) partisipasi, (*Connection*) koneksi, dan (*Building Trust*) membangun kepercayaan. Dengan kata lain, saat menyampaikan suatu pesan atau informasi, subjek harus aktif berpartisipasi di media sosial. Dalam tahap "Share" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler, Partisipasi (*Participation*) didefinisikan sebagai keterlibatan proaktif dan sukarela seluruh peserta dalam proses siklus komunikasi, yang melampaui sekadar penerimaan atau pengiriman pesan untuk menjadi kontribusi dinamis di mana setiap individu secara bergantian berfungsi sebagai pengirim dan penerima. Model ini menjamin bahwa alur komunikasi sirkular tetap mengalir secara berkelanjutan seperti lingkaran, dengan umpan balik yang merangsang partisipasi lanjutan, termasuk praktik seperti mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan, dan memberikan respons, sehingga menjadikan interaksi lebih inklusif dan kolaboratif. Secara spesifik, partisipasi berperan menghubungkan proses pengkodean dan dekode pesan dengan loop umpan balik, mencegah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

model jatuh ke pola linear satu arah yang bertolak belakang dengan prinsip sirkular; Luttler menyoroti bagaimana hal ini meningkatkan kualitas hubungan sosial melalui rasa kepemilikan kolektif terhadap pesan. Sebagai ilustrasi, partisipasi tercermin dalam diskusi kelompok di mana semua anggota saling bergantian menyampaikan dan menanggapi gagasan, menghindari dominasi satu pihak. Referensi dari buku Luttler, khususnya pada Bab 4 atau bagian setara, mendefinisikan partisipasi sebagai "*the active engagement that transforms passive reception into mutual exchange*" (Luttler, 2015, hlm. 67), yang diadaptasi dari karya Wilbur Schramm (1954) dan menekankan perannya dalam mengurangi "noise" sosial seperti ketidakadilan partisipatif.

Dalam tahap "*Share*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler, Koneksi (*Connection*) merujuk pada proses membangun hubungan emosional, kognitif, maupun relasional di antara para peserta, yang menciptakan jalur interaksi lebih mendalam melebihi sekadar pertukaran data semata, melainkan melalui elemen seperti nilai-nilai yang selaras, pengalaman kolektif, atau rasa empati. Model ini memposisikan koneksi sebagai "jembatan" esensial yang menjaga kelangsungan siklus komunikasi, karena ikatan pribadi yang terbentuk mendorong umpan balik yang lebih tulus dan bermutu tinggi. Secara fungsional, koneksi ini memperkokoh mekanisme feedback dengan meminimalkan rintangan psikologis seperti ketidakpercayaan atau kesenjangan emosional, sehingga mengubah komunikasi menjadi proses transaksional di mana interpretasi pesan dipengaruhi dan siklus berikutnya disesuaikan; Luttler menggarisbawahi sifat dinamisnya, yang dapat dikembangkan melalui isyarat nonverbal seperti tatapan mata atau verbal seperti berbagi kisah pribadi. Sebagai contoh, dalam interaksi daring seperti platform media sosial, koneksi muncul ketika seseorang membagikan pengalaman pribadi dan menerima tanggapan penuh empati, yang pada akhirnya menumbuhkan rasa solidaritas dalam komunitas diskusi. Menurut penjelasan Luttler, koneksi digambarkan sebagai "*the relational glue that sustains the circular flow, preventing fragmentation in social exchanges*" (Luttler, 2015, hlm. 72-75), yang terinspirasi dari model Osgood-Schramm (1954) dan menjadikannya elemen krusial yang mengonversi komunikasi mekanistik menjadi yang berbasis relasi, lengkap dengan ilustrasi kasus studi tentang dinamika komunitas.

Dalam tahap "*Share*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler, Membangun Kepercayaan (*Building Trust*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan proses progresif di mana para peserta secara bertahap menumbuhkan rasa aman, kredibilitas, serta ketergantungan timbal balik, yang didasari oleh prinsip transparansi, konsistensi, dan pemenuhan komitmen tersirat dalam setiap interaksi; Luttler memandang kepercayaan sebagai pondasi utama siklus sirkular, karena absennya elemen ini dapat mendistorsi umpan balik akibat kecurigaan, yang berujung pada keruntuhan alur komunikasi. Secara fungsional, kepercayaan ini memperkuat aspek partisipasi dan koneksi dengan membentuk suasana yang memungkinkan peserta berani membuka informasi sensitif, di mana prosesnya berlangsung melalui pengulangan iteratif—umpan balik positif secara bertahap memperkokoh kepercayaan, yang selanjutnya merangsang keterlibatan lebih mendalam—and Luttler menekankan bahwa ini adalah hasil akumulatif dari tahap share, bukan sekadar kejadian instan. Sebagai ilustrasi, dalam proses negosiasi bisnis, pembangunan kepercayaan terwujud ketika kedua belah pihak secara perlahan berbagi data rahasia setelah beberapa sesi diskusi yang berhasil, sehingga menghasilkan perjanjian yang lebih kokoh dan berkelanjutan. Menurut buku Luttler, building trust digambarkan sebagai "*the cumulative process within the share phase that ensures the circular model's longevity, rooted in vulnerability and reciprocity*" (Luttler, 2015, hlm. 80-85), yang diperkaya oleh integrasi teori kepercayaan dari Mayer et al. (1995) ke dalam kerangka model sirkular, beserta panduan aplikasi praktis untuk konteks komunikasi organisasional maupun sosial. Lembaga atau organisasi akan terhubung dengan masyarakat untuk membangun jaringan informasi, yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat kepercayaan di antara khalayak. Dengan kata lain, saat menyampaikan suatu pesan atau informasi, subjek harus aktif berpartisipasi di media sosial. Lembaga atau organisasi akan terhubung dengan masyarakat untuk membangun jaringan informasi, yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat kepercayaan di antara khalayak.

Share berfokus pada pemahaman di mana audiens berada dan jenis jaringan yang mereka gunakan. Praktisi media sosial perlu mengetahui saluran yang tepat untuk membagikan konten agar dapat menjangkau konsumen secara efektif. Ini adalah kesempatan bagi perusahaan untuk membangun kepercayaan dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan audiens mereka (Sulik03, 2025) Dalam konteks berbagi informasi melalui media sosial, institusi harus secara cermat memilih platform yang akan digunakan untuk menerbitkan konten. Proses pemilihan ini sangat penting karena setiap media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki karakteristik dan kelompok sasaran yang berbeda. Misalnya, penelitian oleh Ecklebe dan Löffler (2022) mengidentifikasi berbagai tipologi pengguna media sosial, termasuk penolak dasar, pengguna rata-rata, pendukung aktif, dan pengguna yang terpendam.(E. F. , M. P. B. , & W. H. Qurniawati, 2021) Selain itu, Studi yang dilakukan oleh (Kaur, 2022) tentang penggunaan media sosial di kalangan institusi pendidikan tinggi menunjukkan bahwa pemilihan platform yang tepat dan pemahaman tentang karakteristik audiens dapat meningkatkan keterlibatan dan efektivitas komunikasi. Penelitian ini menekankan pentingnya segmentasi audiens dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masing-masing kelompok.

Memahami tipologi pengguna media sosial sangat penting bagi petugas humas dalam memetakan karakteristik audiens mereka. Dalam konteks ini, petugas humas perlu mempertimbangkan berbagai kelompok yang terlibat, termasuk anggota internal seperti karyawan, staf, dan komunitas yang berinteraksi dengan organisasi. Di sisi eksternal, mereka juga harus memperhatikan pemangku kepentingan, pemerintah, dan media. Dengan mengkategorikan audiens ke dalam berbagai segmen, petugas humas dapat menentukan kelompok mana yang akan menjadi fokus pada waktu tertentu dan memilih jenis konten visual atau kemasan yang paling sesuai untuk disampaikan. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan serta preferensi masing-masing kelompok audiens.(E. F. , M. P. B. , & W. H. Qurniawati, 2021) . Pada tahap share ini perusahaan mentukan media yang digunakan untuk memasarkan produknya perusahaan mempublikasikan konten kepada khalayaknya Sulik03, 2025).

b. Optimize

Pada Tahap ini Mengoptimalkan konten untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna merupakan langkah krusial dalam strategi komunikasi organisasi. Dalam proses ini, penting bagi organisasi untuk mendengarkan dan belajar dari percakapan yang terjadi di media sosial. Dalam tahap "*Optimize*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler Mendengarkan, atau "*listen*," adalah proses aktif yang melibatkan pemantauan dan penyerapan percakapan di media sosial dengan pendekatan empatik dan analitis, bukan sekadar mengamati secara pasif. Proses ini mencakup pemahaman konteks, sentimen, dan nuansa seperti emosi atau tren dari postingan, komentar, dan interaksi pengguna, sehingga dapat menangkap inti komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanpa prasangka. Dalam model Luttler, mendengarkan merupakan langkah awal dalam fase "*Optimize*," yang mengubah "*noise*" digital menjadi data yang berharga, dengan penekanan pada teknik social listening. Ini adalah metode mendengarkan kolektif untuk memahami audiens secara menyeluruh. Peran mendengarkan dalam Model Sirkular sangat signifikan, karena menghubungkan umpan balik dari tahap "*Share*" ke siklus berikutnya. Hal ini membantu mengurangi hambatan seperti misinformasi atau echo chambers, serta memastikan alur komunikasi tetap dinamis. Dengan mendengarkan, siklus sirkular menjadi lebih responsif, di mana pemahaman yang mendalam dapat mendorong adaptasi yang lebih baik, sehingga memperkuat partisipasi dan koneksi secara keseluruhan. Sebagai contoh, sebuah merek fashion di Instagram dapat mendengarkan komentar pada postingan koleksi terbarunya untuk mendeteksi keluhan mengenai ukuran inklusif. Dengan demikian, mereka dapat menangkap sentimen ketidakpuasan sebelum berkembang menjadi isu yang lebih besar, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka ke depannya.

Dalam tahap "*Optimize*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler "*Learn*," atau belajar, adalah proses yang mengolah informasi dari mendengarkan menjadi wawasan yang dapat diterapkan. Dalam tahap ini, peserta merefleksikan pola, pelajaran, dan implikasi dari percakapan di media sosial untuk membangun pengetahuan baru. Proses ini melibatkan analisis mendalam, seperti mengidentifikasi tema yang berulang atau kesalahan dalam komunikasi, serta mengintegrasikannya ke dalam pemahaman yang lebih luas tentang dinamika sosial. Peran belajar dalam Model Sirkular sangat penting, karena berfungsi sebagai jembatan antara pengamatan (*listen*) dan tindakan (*take part*). Ini memungkinkan siklus komunikasi untuk berevolusi dengan mengubah pengalaman masa lalu menjadi strategi yang lebih efektif di masa depan. Dalam model Luttler, belajar mencegah pengulangan kesalahan, memperkaya umpan balik, dan meningkatkan kualitas interaksi relasional, seperti membangun kepercayaan. Sebagai contoh, setelah mendengarkan diskusi di Twitter mengenai kampanye vaksinasi, sebuah lembaga kesehatan menyadari bahwa pesan ilmiah mereka terlalu teknis. Dari situ, mereka mengembangkan konten yang lebih sederhana dan mudah dipahami, yang pada gilirannya meningkatkan pemahaman publik dalam siklus berikutnya.

Dalam tahap "*Optimize*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler "*Take Part in Authentic Conversations*" merujuk pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keterlibatan aktif dan tulus dalam dialog di media sosial, di mana individu atau organisasi tidak hanya bereaksi secara otomatis atau komersial, tetapi berinteraksi dengan kejujuran, empati, dan konteks yang mencerminkan nilai-nilai bersama audiens. Keterlibatan ini mencakup kontribusi yang mendalam, seperti berbagi cerita pribadi, menjawab pertanyaan dengan transparansi, dan memediasi diskusi yang inklusif. Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan yang alami dan berkelanjutan, alih-alih merespons dengan cara yang robotik atau menjalankan kampanye tersembunyi. Luttrell menekankan bahwa autentisitas ini merupakan "jantung" dari model sirkular, karena media sosial menuntut interaksi yang terasa manusiawi untuk menghindari persepsi manipulatif, terutama di platform seperti Twitter/X, Instagram, atau LinkedIn, di mana pengguna dapat mendeteksi ketidakjujuran. Dalam model sirkular Luttrell, tahap ini berfungsi sebagai katalisator yang mengakhiri fase "*Optimize*," dengan mengintegrasikan hasil dari "*Listen*" (pemantauan sentimen) dan "*Learn*" (ekstraksi wawasan) ke dalam tindakan yang konkret. Hal ini memperkuat umpan balik secara keseluruhan. Luttrell menjelaskan bahwa partisipasi yang autentik mencegah siklus komunikasi menjadi pasif atau satu arah, seperti yang terlihat pada model linear tradisional. Sebaliknya, ia mendorong terjalannya koneksi emosional dan kepercayaan yang lebih dalam—elemen kunci dalam tahap "*Share*." Model ini tetap inklusif dan adaptif, terutama di media sosial, di mana algoritma lebih memprioritaskan konten yang autentik. Tanpa adanya poin ini, siklus komunikasi dapat terputus oleh ketidakpercayaan atau ketidaklibatan, yang bertentangan dengan esensi sirkular yang menekankan pentingnya iterasi berkelanjutan untuk pertumbuhan komunitas. Luttrell juga mengaitkan konsep ini dengan "*conversational equity*," di mana partisipasi autentik memastikan bahwa suara audiens didengar secara setara, meningkatkan keterlibatan jangka panjang.

Sebagai contoh penerapan, Luttrell sering menggunakan studi kasus nyata untuk menggambarkan praktik strategis ini. Dalam sebuah kampanye di Facebook Groups mengenai isu kesehatan mental, sebuah organisasi non-profit tidak hanya memposting infografis, tetapi juga berpartisipasi secara autentik dengan membagikan pengalaman staf sebagai survivor dan merespons komentar pengguna dengan pertanyaan empatik, seperti "Bagaimana pengalaman Anda dengan ini?" alih-alih memberikan jawaban generik. Hasilnya, diskusi berkembang menjadi percakapan organik yang membangun komunitas, meningkatkan partisipasi anggota, dan memperkuat siklus model

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan umpan balik positif untuk konten selanjutnya. Contoh ini menunjukkan bagaimana autentisitas dapat mengubah interaksi dari yang bersifat transaksional menjadi relasional, menciptakan hubungan yang lebih mendalam dan berkelanjutan antara organisasi dan audiens.

Mengoptimalkan setiap interaksi dan rekaman percakapan menjadi kunci untuk mencapai dampak maksimal pada pesan, merek, dan nilai yang ingin disampaikan (Sulik03, 2025). Selain itu, sangat penting bagi organisasi untuk menyertakan informasi yang lengkap di akun media sosial mereka, agar konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi tentang perusahaan. Perusahaan telah melakukan penyampaian pesan yang efektif untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan membuat timeline yang mencerminkan kinerja mereka. Dengan mengadopsi pendekatan ini, organisasi tidak hanya dapat meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga membangun citra positif dan transparan di mata publik. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi yang terencana dan responsif mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap merek (Kaur, 2022). (Mondkar, 2021). Dalam konteks manajemen humas digital, penting bagi institusi untuk menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Universitas Islam Riau (UIR) menerapkan model Circular "SOME" untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan memperkuat citra institusi. Salah satu inisiatif yang dilakukan adalah pembuatan rubrik khusus di akun Instagram mereka yang menyoroti prestasi mahasiswa. Tim humas UIR merancang postingan yang menampilkan foto-foto mahasiswa berprestasi dengan latar belakang hijau, warna identitas UIR, dan menggunakan font komikal untuk menuliskan nama pencapaian mahasiswa. Strategi ini tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga membangun keterlibatan yang lebih baik dengan mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan melakukan posting secara teratur, UIR berhasil menciptakan ekspektasi di kalangan audiens untuk konten baru, yang pada gilirannya memperkuat reputasi institusi di mata calon mahasiswa dan masyarakat. Melalui desain visual yang menarik dan konsisten, UIR mampu menciptakan citra positif di media sosial, menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan citra dan reputasi institusi pendidikan. (E. F. , M. P. B. , & W. H. Qurniawati, 2021) Pada tahap ini, penting untuk memperhatikan dua hal: mendengarkan dan belajar, serta berpartisipasi dalam komunikasi yang otentik. Subjek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu menyimak dan memahami percakapan yang sedang berlangsung di kalangan khalayak mengenai diri mereka. Luttrell juga menyarankan agar subjek terlibat dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan topik yang nyata dan relevan.

c. Manage

Luttrell menekankan tiga aspek penting, yakni pemantauan media (*Monitoring*), interaksi secara real-time (*Time Interaction*), dan respons yang cepat (*Quick Response*). Dalam tahap "Manage" pada The Circular Model Of SoMe menurut Luttrell **Pemantauan media** "**Monitoring**" adalah proses yang melibatkan pengawasan, penelitian, dan evaluasi secara terus-menerus terhadap perkembangan yang relevan di media sosial. Proses ini membantu organisasi untuk memahami apa yang sedang dibicarakan publik mengenai mereka, isu-isu yang sedang berkembang, dan sentimen yang ada di sekitar merek atau organisasi. Dengan melakukan pemantauan media, organisasi dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin muncul, serta merencanakan tindakan yang tepat. Pemantauan dapat dilakukan secara manual atau dengan memanfaatkan alat bantu manajemen media sosial seperti Hootsuite. Hal ini penting untuk memastikan bahwa organisasi tetap terinformasi dan responsif terhadap dinamika yang terjadi di lingkungan media sosial mereka menyarankan agar dilakukan pemantauan media sehingga subjek dapat memahami isu yang ada dengan lebih mendalam. Mengingat bahwa sentimen publik dapat berubah dengan cepat, respons yang cepat sangat diperlukan dalam situasi ini.

Dalam tahap "*Manage*" pada The Circular Model Of SoMe menurut Luttrell **Interaksi secara real-time (Real-Time Interaction)** merujuk pada kemampuan organisasi untuk berkomunikasi langsung dengan audiens mereka pada saat yang bersamaan. Interaksi ini dapat mencakup menjawab pertanyaan, menanggapi komentar, atau berpartisipasi dalam diskusi yang sedang berlangsung. Dengan melakukan interaksi real-time, organisasi dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, meningkatkan tingkat keterlibatan, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Contoh dari interaksi ini adalah mengadakan siaran langsung di Instagram, di mana organisasi dapat berdialog langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan membahas topik yang relevan secara instan. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan responsif, yang sangat dihargai oleh pengguna media sosial. Selain itu, interaksi secara real-time juga penting untuk mencegah penyebarluasan opini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

negatif yang bisa berkembang luas di kalangan publik (Regina Luttrell, 2015). Salah satu aspek krusial dalam manajemen media sosial adalah kemampuan untuk mengatur, memantau, dan mengukur pesan yang relevan. Dengan memanfaatkan sistem manajemen media seperti Hootsuite, perusahaan dapat mengikuti percakapan yang terjadi secara real-time, memberikan tanggapan langsung kepada konsumen, mengirim pesan pribadi, berbagi tautan, serta memantau diskusi yang berlangsung. Hal ini sangat penting, mengingat percakapan di media sosial sering kali berlangsung dengan cepat dan konsumen mengharapkan respons yang segera dari perusahaan. (*Quick Response*) **Respons yang cepat** menekankan pentingnya memberikan tanggapan segera terhadap pertanyaan, komentar, atau keluhan yang diajukan oleh audiens di media sosial. Di era digital saat ini, publik mengharapkan organisasi untuk merespons dengan cepat, dan keterlambatan dalam memberikan tanggapan dapat berpotensi merusak reputasi merek. Tindakan respons yang cepat mencerminkan kepedulian organisasi terhadap audiens mereka dan menunjukkan kesiapan untuk terlibat dalam percakapan yang bermakna. Dengan demikian, respons yang cepat tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat hubungan antara organisasi dan audiensnya. Pengelolaan waktu yang efektif dalam merespons konsumen di dunia maya menjadi kunci (Sulik 03, 2025).

Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat memastikan keterlibatan yang tidak hanya sekadar hadir dalam percakapan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens mereka. Contohnya, sebuah perusahaan e-commerce terkemuka baru-baru ini memanfaatkan Hootsuite untuk mengelola kehadiran online mereka. Mereka secara rutin memantau percakapan mengenai produk baru yang diluncurkan dan segera menanggapi pertanyaan serta komentar dari konsumen (Ayutiani & Satria Putri, 2018). Dengan strategi ini, perusahaan tidak hanya berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mengumpulkan data berharga tentang preferensi konsumen yang dapat dijadikan landasan untuk strategi pemasaran di masa depan. Melalui pengelolaan media sosial yang efektif, perusahaan mampu mengukur keberhasilan kampanye mereka sekaligus mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, sehingga membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens mereka. Dengan demikian, pengelolaan media sosial yang baik tidak hanya melibatkan respons yang cepat terhadap konsumen, tetapi juga mencakup pemantauan dan pengukuran pesan-pesan yang relevan untuk memastikan perusahaan tetap menjadi entitas

yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan audiensnya. Manajemen adalah aspek yang menjadi alat pengukur apakah informasi yang disampaikan optimal atau tidak. Penggunaan alat tertentu dalam memantau respons audiens dapat mempermudah sebuah institusi atau perusahaan dalam mengelola informasi yang telah dikelola sehingga dapat berinteraksi langsung dengan informasi yang sebenarnya (Regina Luttrell, 2015)

d. Engage

Luttrell menekankan bahwa subjek harus memperhatikan *influencer relations*, *where is the audience*, dan *how do I reach them*. Dalam tahap "Engage" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttrell **Hubungan dengan Influencer (Influencer Relations)** adalah upaya strategis yang berfokus pada mengidentifikasi, membangun, dan memelihara kemitraan dengan individu-individu yang dikenal memiliki otoritas, kredibilitas, dan jangkauan signifikan di kalangan target audiens. Tujuannya adalah untuk memanfaatkan kepercayaan yang telah dibangun *influencer* tersebut guna memperkuat pesan merek, meningkatkan kredibilitas, dan akhirnya mendorong tindakan audiens, seperti berbagi informasi atau melakukan pembelian. Dalam praktiknya, ini lebih dari sekadar transaksi pembayaran untuk satu *postingan*; ini mengharuskan adanya hubungan timbal balik yang otentik di mana *influencer* tersebut benar-benar memahami dan mendukung pesan atau nilai-nilai perusahaan. Oleh karena itu, pemilihan *influencer* harus dilakukan secara strategis dan relevan dengan merek serta nilai-nilai yang ingin disampaikan.

Dalam tahap "Engage" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttrell Konsep "**Di mana Audiens Berada? (Where is the Audience?)**" menekankan perlunya penelitian mendalam dan pemetaan platform untuk mengidentifikasi secara tepat lokasi *online* target audiens. Tujuan utama dari langkah ini adalah memastikan bahwa sumber daya—seperti waktu, upaya pembuatan konten, dan anggaran—dialokasikan secara cerdas pada saluran komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau mereka. Hal ini membutuhkan pemahaman yang lebih dari sekadar memilih platform populer seperti Instagram atau TikTok; pemahaman ini harus mencakup perilaku audiens yang spesifik di setiap *platform*. Humas perlu mengetahui jenis konten apa yang paling sering mereka konsumsi, kapan waktu puncak mereka aktif, serta apa motivasi dasar mereka menggunakan *platform* tersebut. Pengetahuan mendalam ini menjadi fondasi krusial dalam pengembangan strategi konten yang benar-benar relevan dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tepat sasaran. Dalam tahap "*Engage*" pada *The Circular Model Of SoMe* menurut Luttler Konsep "**Bagaimana Saya Menjangkau Mereka? (How do I reach them?)**" berpusat pada pengembangan taktik dan strategi konten yang spesifik dan bertarget guna menarik perhatian audiens pada *platform* yang sebelumnya telah diidentifikasi. Tujuannya adalah mengkonversi pengetahuan yang diperoleh dari tahap "di mana audiens berada" menjadi tindakan komunikasi yang terukur dan efektif. Penerapannya mencakup tiga elemen kunci: strategi konten (menentukan jenis *postingan*, nada suara, dan visual yang digunakan), strategi promosi (misalnya, pemanfaatan iklan berbayar atau penentuan *timing* unggahan yang optimal), serta strategi interaksi (seperti aktif berpartisipasi dalam percakapan publik atau memberikan respons cepat terhadap komentar). Inti dari tahapan ini adalah memastikan bahwa pesan disampaikan secara efisien, yaitu mengirimkan pesan yang tepat, kepada orang yang tepat, pada waktu yang tepat, dan di tempat yang tepat.

Dalam melakukan komunikasi di media sosial lebih baiknya subjek mengikutsertakan publik tertentu dalam suatu upaya yang akan dilakukan. Pada tahap ini, subjek harus memahami dengan tepat dimana target audiens berada, siapa yang dapat bertindak sebagai influencer publik, dan bagaimana melibatkan mereka. (Ayutiani & Satria Putri, 2018) Keterlibatan atau engagement merupakan elemen penting dalam manajemen media sosial yang bertujuan untuk membangun loyalitas dan kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Keterlibatan ini tidak hanya terbatas pada interaksi langsung dengan konten, tetapi juga mencerminkan sejauh mana audiens terlibat, yang dapat mempengaruhi proses komunikasi di platform media sosial. Oleh karena itu, mengelola strategi keterlibatan memang bukan hal yang mudah, namun ketika perusahaan menyadari manfaat dari keterlibatan otentik, hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dapat terbentuk. Dalam pengelolaan media sosial, keterlibatan audiens dan influencer menjadi komponen kunci dari strategi yang efektif. Dengan melibatkan influencer, perusahaan dapat memperluas jangkauan pesan mereka serta meningkatkan kredibilitas di mata audiens. Selain itu, keterlibatan aktif dengan audiens dapat menciptakan komunitas yang loyal, di mana konsumen merasa dihargai dan terhubung dengan merek yang mereka cintai.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**2.2.3 Media Sosial****Definisi Media Sosial**

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jaringan sosial. Berfungsi sebagai alat komunikasi yang memfasilitasi pertukaran informasi dan ide di antara pengguna. Definisi media sosial menurut(Damayanti, 2023) dalam "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan" menjelaskan bahwa media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jaringan sosial. Media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang memfasilitasi pertukaran informasi dan ide di antara pengguna. Media sosial juga dapat diartikan sebagai sarana yang mendukung kolaborasi dan partisipasi aktif dari individu dalam berbagai konteks, baik itu sosial, ekonomi, maupun politik. Dalam konteks ini, media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Boyd dan Ellison mendefinisikan media sosial sebagai "layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam batasan sistem tertentu, menjelajahi daftar koneksi yang dibuat oleh pengguna lain, dan melihat dan melacak daftar koneksi mereka.(Boyd, 2007)" Definisi ini menekankan pada aspek jaringan sosial dari media sosial. Selain itu media sosial juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan interaksi dan berbagi infomasi dengan cepat dan mudah seperti yang dikemukakan oleh mangold dan faulds (2009) media sosial adalah alat komunikasi yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan cara yang lebih terbuka dan kolaboratif." Mereka menekankan pentingnya media sosial dalam pemasaran dan komunikasi bisnis. Media sosial dapat dipahami sebagai platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Ini mencakup komunikasi, interaksi, dan berbagi informasi dalam bentuk tulisan, foto, dan video, yang dapat diakses oleh semua pengguna selama 24 jam penuh.

Manfaat Media Sosial

(Boyd, 2007)Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memberikan berbagai manfaat bagi individu, bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu manfaat utama media sosial adalah kemampuannya untuk memfasilitasi komunikasi dan koneksi. Pengguna dapat terhubung dengan teman, keluarga, dan orang-orang dari seluruh dunia melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, yang memudahkan komunikasi baik melalui pesan langsung, komentar,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun berbagi konten. Bagi bisnis, media sosial berfungsi sebagai alat pemasaran yang sangat efektif, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens target mereka dengan iklan yang disesuaikan dan membantu dalam membangun merek serta meningkatkan kesadaran merek melalui konten yang menarik dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi dan berita yang cepat dan mudah diakses. Pengguna dapat mengikuti akun berita, organisasi, dan individu yang relevan untuk mendapatkan pembaruan terkini tentang berbagai topik, serta memungkinkan penyebaran informasi secara real-time, yang sangat penting dalam situasi darurat atau peristiwa besar. Media sosial membuka peluang bagi individu untuk membangun jaringan profesional, terutama melalui platform seperti LinkedIn, yang memungkinkan pengguna terhubung dengan profesional lain, mencari peluang kerja, dan berbagi pengetahuan. Selain itu, media sosial memungkinkan pembentukan komunitas di sekitar minat atau isu tertentu, serta menjadi alat penting untuk aktivisme, memungkinkan individu dan kelompok untuk menyebarkan kesadaran tentang isu-isu sosial, politik, dan lingkungan. Media sosial juga memberikan platform bagi individu untuk mengekspresikan diri dan berbagi kreativitas mereka, di mana pengguna dapat berbagi foto, video, tulisan, dan karya seni, serta mendapatkan umpan balik dari audiens. Ini mendorong inovasi dan kolaborasi di antara pengguna dengan minat yang sama. Terakhir, banyak platform media sosial menyediakan konten edukatif dan sumber daya yang bermanfaat, menjadikan media sosial sebagai alat yang berguna untuk pembelajaran dan pengembangan diri. Dengan berbagai manfaat ini, media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Namun, penting untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab, mengingat tantangan dan risiko yang juga dapat muncul, seperti penyebaran informasi yang salah dan masalah privasi.

Bentuk- Bentuk Media Sosial

Media sosial dibagi menjadi beberapa bentuk(Rosen, 2011):

- a. **Jejaring Sosial** adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berinteraksi dengan teman, keluarga, dan kolega. Contoh paling terkenal adalah Facebook, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi status, foto, dan video, serta berkomunikasi melalui pesan pribadi. LinkedIn, di sisi lain, berfokus pada koneksi profesional, memungkinkan pengguna untuk membangun jaringan karier, mencari pekerjaan, dan berbagi konten terkait industri. Jejaring sosial ini memainkan peran penting dalam membangun hubungan sosial dan profesional di era digital. Jejaring sosial adalah platform

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digital yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain secara online(Boyd, 2007). Melalui jejaring sosial, pengguna dapat membuat profil pribadi yang mencerminkan identitas mereka, berbagi berbagai jenis konten seperti status, foto, dan video, serta berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan kolega melalui komentar dan pesan. Contoh jejaring sosial yang sangat populer adalah Facebook, yang menyediakan berbagai fitur untuk berbagi momen kehidupan, berpartisipasi dalam grup, dan mengikuti berita terkini, serta LinkedIn, yang berfokus pada aspek profesional, memungkinkan pengguna untuk membangun koneksi karier, mencari peluang pekerjaan, dan berbagi konten yang relevan dengan industri mereka. Dengan demikian, jejaring sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan sosial dan profesional yang lebih luas di era digital ini.

- b. **Blog** adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan menerbitkan konten dalam format tulisan yang lebih panjang, sering kali dengan fokus pada topik tertentu. WordPress adalah salah satu platform blog yang paling populer, memungkinkan pengguna untuk membuat situs web pribadi atau profesional. Mikroblog, seperti Twitter, memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran dan informasi dalam format yang lebih singkat, dengan batasan karakter. Mikroblogging memungkinkan interaksi cepat dan berbagi berita terkini, menjadikannya alat yang efektif untuk komunikasi real-time. Blog dan mikroblog adalah dua bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dan pemikiran, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Blog adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan menerbitkan konten dalam format tulisan yang lebih panjang, sering kali dengan fokus pada topik tertentu, seperti gaya hidup, teknologi, atau pendidikan. Melalui blog, penulis dapat mengeksplorasi ide-ide mereka secara mendalam, memberikan analisis, dan berbagi pengalaman pribadi. Salah satu contoh platform blog yang populer adalah WordPress, yang menyediakan berbagai alat dan tema untuk membantu pengguna membuat situs web pribadi atau profesional dengan mudah. Di sisi lain, mikroblog memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran dan informasi dalam format yang lebih singkat, sering kali dengan batasan karakter. Twitter adalah contoh utama dari platform mikroblogging, di mana pengguna dapat mengirim pesan singkat yang disebut tweet, yang memungkinkan interaksi cepat dan berbagi berita terkini. Dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- karakteristik ini, blog dan mikroblog berfungsi sebagai sarana penting untuk komunikasi dan ekspresi diri di dunia digital, masing-masing memenuhi kebutuhan pengguna yang berbeda dalam berbagi informasi.
- c. **Platform berbagi video** seperti YouTube dan TikTok telah merevolusi cara orang mengonsumsi dan berbagi konten video. YouTube memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan video dari berbagai genre, mulai dari tutorial hingga vlog. TikTok, dengan format video pendeknya, telah menjadi fenomena global, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video kreatif dengan musik dan efek visual. Kedua platform ini tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga alat pemasaran yang kuat bagi merek dan individu. Platform berbagi video telah menjadi salah satu bentuk media sosial yang paling populer, memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video dengan mudah. Melalui platform ini, pengguna dapat mengekspresikan diri, berbagi informasi, dan terlibat dengan audiens secara global. Salah satu contoh yang paling terkenal adalah **YouTube**, yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan menonton video dari berbagai genre, mulai dari tutorial, vlog, hingga film pendek. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai alat pendidikan dan pemasaran, di mana banyak kreator konten dan merek memanfaatkan platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas. **Instagram** juga telah mengintegrasikan fitur berbagi video ke dalam platformnya, terutama melalui fitur **Instagram Reels** dan **IGTV** (instagram, 2021). Instagram Reels memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang dapat diedit dengan berbagai efek dan musik, mirip dengan TikTok, sementara IGTV menyediakan ruang untuk video yang lebih panjang, memungkinkan pengguna untuk berbagi konten yang lebih mendalam. Dengan kombinasi ini, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto, tetapi juga sebagai ruang yang dinamis untuk berbagi video, memperkuat keterlibatan pengguna dan memperluas jangkauan konten. Secara keseluruhan, platform berbagi video seperti YouTube, TikTok, dan Instagram telah mengubah cara orang berinteraksi dengan konten visual, menciptakan komunitas yang aktif dan terlibat di seluruh dunia.
- d. **Forum diskusi** seperti Reddit dan Quora menyediakan ruang bagi pengguna untuk berdiskusi, bertanya, dan berbagi pengetahuan tentang berbagai topik. Reddit, dengan struktur subreddits-nya, memungkinkan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengguna untuk bergabung dalam komunitas berdasarkan minat tertentu, di mana mereka dapat berbagi konten dan berpartisipasi dalam diskusi. Quora, di sisi lain, berfokus pada pertanyaan dan jawaban, memungkinkan pengguna untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari orang-orang dengan keahlian di bidang tertentu. Forum ini berfungsi sebagai sumber informasi dan tempat untuk bertukar ide. Forum diskusi adalah platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berdiskusi, bertanya, dan berbagi pengetahuan tentang berbagai topik. Melalui forum ini, pengguna dapat terlibat dalam percakapan yang mendalam, bertukar ide, dan mendapatkan wawasan dari orang lain yang memiliki minat atau keahlian yang sama. Salah satu contoh forum diskusi yang sangat populer adalah **Reddit**, yang memungkinkan pengguna untuk bergabung dalam berbagai komunitas yang disebut "subreddits," berdasarkan minat tertentu, mulai dari hobi, teknologi, hingga isu sosial. Di Reddit, pengguna dapat berbagi konten, memberikan komentar, dan memberikan suara pada postingan, menciptakan lingkungan interaktif di mana diskusi dapat berkembang. Dengan struktur yang terorganisir, Reddit memudahkan pengguna untuk menemukan informasi dan terlibat dalam topik yang mereka minati. Di sisi lain, **Quora** berfokus pada format pertanyaan dan jawaban, di mana pengguna dapat mengajukan pertanyaan tentang berbagai topik dan mendapatkan jawaban dari orang-orang dengan keahlian di bidang tertentu. Quora memungkinkan pengguna untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka, serta memberikan kesempatan bagi orang lain untuk belajar dari berbagai perspektif. Dengan sistem upvote dan downvote, Quora juga membantu menonjolkan jawaban yang paling relevan dan bermanfaat, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari.

- e. **Platform berbagi gambar** memungkinkan pengguna untuk mengunggah, berbagi, dan mengedit gambar dengan mudah, menjadikannya alat yang populer untuk mengekspresikan kreativitas dan berbagi momen kehidupan. Instagram adalah salah satu platform terkemuka dalam kategori ini, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, serta mengedit gambar menggunakan berbagai filter dan efek yang menarik. Fitur seperti Stories dan Reels juga menambah dimensi interaktif, memungkinkan pengguna untuk berbagi konten secara real-time dan terlibat dengan audiens mereka(Burgess, 2009). Di sisi lain, Pinterest berfungsi sebagai platform yang memungkinkan pengguna untuk menemukan dan menyimpan ide dalam bentuk gambar, sering kali digunakan untuk inspirasi desain,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- kerajinan, dan perencanaan acara. Pengguna dapat membuat papan (boards) untuk mengorganisir gambar-gambar yang mereka sukai, menjadikannya sumber daya yang berharga untuk kreativitas dan perencanaan.
- f. **Aplikasi pesan instan** memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung melalui pesan teks, suara, dan video, memberikan cara yang cepat dan efisien untuk terhubung dengan orang lain. **WhatsApp** adalah salah satu aplikasi pesan yang paling populer, memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, dan melakukan panggilan suara dan video secara gratis menggunakan koneksi internet. Fitur grup di WhatsApp juga memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus, menjadikannya alat yang ideal untuk koordinasi dan diskusi. Di sisi lain, **Telegram** menawarkan fitur keamanan tinggi dengan enkripsi end-to-end, serta kemampuan untuk membuat grup besar dengan ribuan anggota. Telegram juga mendukung berbagai jenis konten, termasuk file dan media, serta memiliki fitur bot yang memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan tambahan. Dengan berbagai fitur ini, aplikasi pesan instan telah menjadi bagian integral dari komunikasi sehari-hari di era digital.
 - g. **Platform streaming langsung** memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dan berinteraksi dengan audiens secara real-time, menciptakan pengalaman yang dinamis dan interaktif. **Twitch** adalah salah satu platform terkemuka yang fokus pada streaming video game, di mana pengguna dapat menonton dan berinteraksi dengan streamer melalui chat langsung. Twitch tidak hanya menjadi tempat untuk menonton permainan, tetapi juga untuk membangun komunitas di sekitar minat yang sama, dengan fitur seperti langganan dan donasi yang mendukung para kreator konten. Di sisi lain, **Facebook Live** adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung kepada teman dan pengikut mereka di Facebook. Dengan Facebook Live, pengguna dapat berbagi momen secara langsung, melakukan sesi tanya jawab, atau mengadakan acara virtual, sehingga memperkuat keterlibatan dengan audiens dan menciptakan interaksi yang lebih personal.
 - h. **Media sosial untuk bisnis** dirancang khusus untuk membantu perusahaan dalam pemasaran dan interaksi dengan pelanggan, memberikan alat yang efektif untuk membangun merek dan meningkatkan visibilitas. **Yelp** adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk menilai dan memberikan ulasan tentang bisnis lokal,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membantu konsumen dalam membuat keputusan berdasarkan pengalaman orang lain. Ulasan dan penilaian di Yelp dapat sangat mempengaruhi reputasi bisnis, menjadikannya alat penting dalam strategi pemasaran. Sementara itu, **Google My Business** adalah alat yang memungkinkan bisnis untuk mengelola kehadiran online mereka di Google, termasuk di hasil pencarian dan Google Maps. Dengan mengklaim dan mengoptimalkan profil bisnis mereka, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas mereka, memberikan informasi penting kepada pelanggan, dan berinteraksi dengan ulasan, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan bisnis di era digital.

2.2.4 Instagram

Definisi Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual dengan teman, keluarga, dan pengikut. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram awalnya dirancang sebagai aplikasi untuk berbagi foto dengan berbagai filter yang dapat diterapkan untuk meningkatkan estetika gambar(instagram, 2021). Seiring berjalannya waktu, Instagram telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial terpopuler di dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berbagi momen kehidupan, tetapi juga sebagai platform untuk pemasaran, branding, dan interaksi sosial, menjadikannya salah satu alat penting dalam strategi komunikasi digital saat ini.

Sejarah Instagram

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Dalam waktu singkat, aplikasi ini mendapatkan popularitas yang luar biasa, mencapai satu juta pengguna dalam waktu hanya dua bulan setelah peluncurannya. Pada April 2012, Facebook mengakuisisi Instagram seharga sekitar \$1 miliar, yang semakin memperkuat posisinya di pasar media sosial. Sejak saat itu, Instagram terus berkembang dengan menambahkan berbagai fitur baru, termasuk video, Instagram Stories, IGTV, dan Reels, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dalam format yang lebih beragam. Perkembangan ini mencerminkan perubahan dalam cara orang berinteraksi dengan konten visual dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan tren media sosial yang terus berubah.

Keunggulan Instagram

Salah satu keunggulan utama Instagram adalah kemampuannya untuk menciptakan pengalaman visual yang menarik. Dengan antarmuka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang sederhana dan intuitif, pengguna dapat dengan mudah mengunggah dan mengedit foto serta video. Instagram juga menawarkan berbagai filter dan alat pengeditan yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kualitas visual konten mereka. Selain itu, fitur interaktif seperti Stories dan Reels memungkinkan pengguna untuk terlibat dengan audiens mereka secara lebih dinamis, menciptakan peluang untuk interaksi yang lebih mendalam. Instagram juga berfungsi sebagai platform pemasaran yang efektif, di mana merek dapat menjangkau audiens target mereka melalui iklan yang disesuaikan dan kolaborasi dengan influencer.

Fitur Fitur Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang kaya akan fitur, dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan interaksi sosial. Berikut adalah penjelasan lebih lengkap mengenai fitur-fitur utama Instagram:

- a. **Instagram Stories**(Instagram Help Center., 2021b): Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video yang hilang setelah 24 jam. Stories memberikan cara yang lebih santai dan spontan untuk berbagi momen sehari-hari tanpa harus mengunggahnya ke feed utama. Pengguna dapat menambahkan teks, stiker, dan efek kreatif untuk meningkatkan daya tarik visual konten mereka
- b. **IGTV**(Instagram Help Center., 2021b): IGTV adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video berdurasi lebih panjang, hingga satu jam untuk akun terverifikasi..
- c. **Reels**(Instagram Help Center., 2021a): Reels adalah fitur yang mirip dengan TikTok, memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang kreatif dengan musik, efek, dan alat pengeditan yang beragam.
- d. **Direct Messaging (DM)**(Instagram Help Center., 2021a): Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dengan teman dan pengikut.
- e. **Instagram Shopping**: Fitur ini memungkinkan merek untuk menjual produk langsung melalui platform.
- f. **Instagram Live**: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung kepada pengikut mereka..
- g. **Filter dan Alat Pengeditan**: Instagram menawarkan berbagai filter dan alat pengeditan yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kualitas visual foto dan video mereka sebelum membagikannya.



©

Hak cipta milik UIN Suska Riau

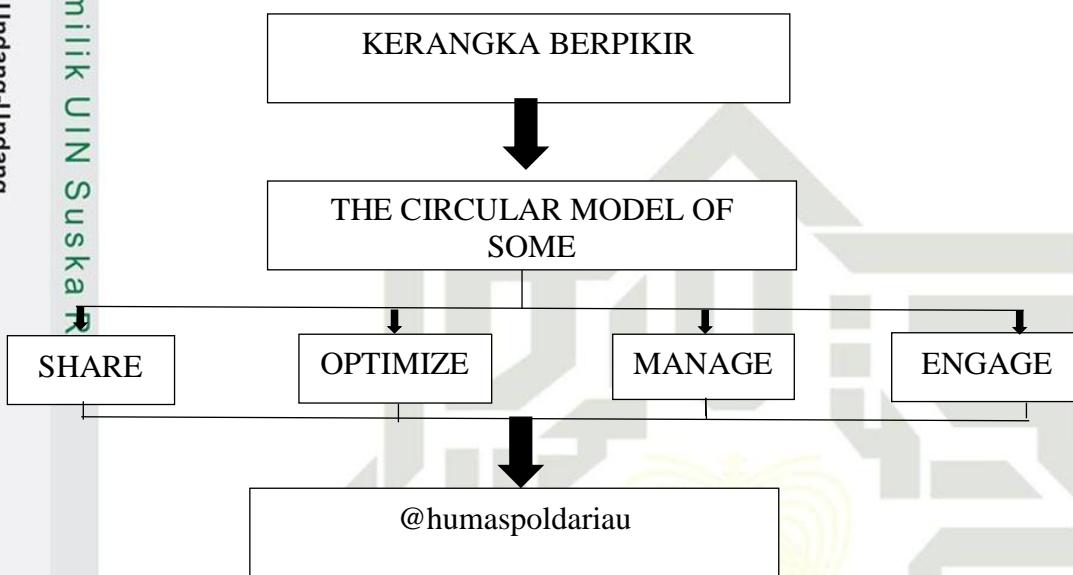
2.3 Kerangka Berpikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Gambar 2.1
Kerangka Berpikir**



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai implementasi *The Circular Model Of SoMe* dalam pengelolaan komunikasi Humas Polda Riau melalui akun Instagram @humaspolda.riau. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi konten Instagram, dan analisis dokumen yang relevan. Dengan desain ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas model komunikasi yang diterapkan.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Polda Riau, khususnya pada akun Instagram resmi @humaspolda.riau. Lokasi ini dipilih karena akun Instagram tersebut merupakan representasi yang signifikan dari upaya Humas Polda Riau dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi dengan publik. Instagram, sebagai platform yang sangat populer di kalangan masyarakat, memungkinkan Humas Polda Riau untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta menyampaikan informasi secara langsung dan interaktif. Melalui akun ini, Humas Polda Riau dapat mempublikasikan berbagai konten, termasuk informasi mengenai kegiatan kepolisian, program-program sosial, dan kampanye keselamatan, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama Tiga bulan, dari bulan September hingga Desember 2026. Durasi ini dipilih untuk memberikan cukup waktu dalam pengumpulan data yang komprehensif dan analisis yang mendalam. Selama periode ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap konten yang diposting di akun Instagram @humaspolda.riau, serta melakukan wawancara dengan petugas Humas dan pengikut akun tersebut. Dengan waktu yang cukup, peneliti berharap dapat menangkap dinamika interaksi yang terjadi antara Humas Polda Riau dan publik, serta mengevaluasi efektivitas implementasi *The Circular Model Of SoMe* dalam konteks komunikasi yang dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi interaksi di media sosial, seperti tren sosial, isu-isu terkini, dan respons publik terhadap konten yang diposting.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer akan diperoleh melalui wawancara dengan petugas Humas Polda Riau Bagian MultiMedia dan Pengikut akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram @humaspolda.riau. Data sekunder akan diperoleh dari dokumentasi terkait, seperti laporan kegiatan, konten yang diposting di Instagram, dan literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

| | |
|--|---|
| Brigadir Arloren Antoni | Informan Kunci Sebagai Kepala Disindik Bid Humas Polda Riau |
| Brigadir Anggia Eka Putra | Informan Sebagai Admin Akun Instagram @humaspolda_riau |
| Brigadir Chriztian Victobaldo Kummeser Mofu | Informan Sebagai Staf Multimedia Bid Humas Polda Riau |
| Azzura Arum Ningtias | Pengikut Akun Instagram @humaspolda_riau |
| Zulyana Yasmine Muharani | Pengikut Akun Instagram @humaspolda_riau |

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, pengumpulan data dirancang untuk memperoleh pemahaman mendalam dan kontekstual mengenai implementasi *The Circular Model Of SoMe* melalui akun Instagram @humaspolda_riau, dengan fokus pada dinamika komunikasi dua arah antara Humas Polda Riau dan masyarakat. Pendekatan ini mengandalkan teknik-teknik yang bersifat deskriptif dan interpretatif, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini dipilih karena kemampuannya untuk menangkap nuansa subjektif, interaksi sosial, dan bukti empiris yang relevan dengan fenomena komunikasi digital di institusi publik, sebagaimana direkomendasikan dalam metodologi penelitian kualitatif (Creswell & Poth, 2018). Data yang diperoleh bersifat primer dan sekunder, yang kemudian diintegrasikan untuk membangun narasi komprehensif tentang strategi *cyber public relations* kepolisian.

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan proses interaksi lisan yang sistematis antara peneliti sebagai pewawancara dan informan kunci, bertujuan untuk menggali informasi mendalam, perspektif pribadi, dan interpretasi subjektif terhadap fenomena yang diteliti (Widoyoko, 2009, hlm. 40). Teknik ini memungkinkan eksplorasi fleksibel terhadap pengalaman dan pandangan informan, yang krusial dalam penelitian kualitatif untuk mengungkap makna di balik praktik komunikasi organisasi. Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka atau daring untuk memastikan kedalaman data, dengan durasi 45-60 menit per sesi, menggunakan panduan semi-struktural yang mencakup pertanyaan terbuka terkait elemen *Share, Optimize, Manage*,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Engage dalam *The Circular Model Of SoMe*. Informan yang dipilih melalui purposive sampling meliputi administrator akun Instagram @humaspolda_riau (sebagai pelaksana utama strategi digital) dan seorang pengikut aktif yang merupakan anggota Polri di Polda Riau (untuk perspektif internal dan eksternal). Pemilihan ini didasarkan pada peran strategis mereka dalam proses diseminasi dan respons informasi, yang memengaruhi citra institusi. Wawancara direkam dengan persetujuan etis dan ditranskripsikan verbatim untuk analisis tematik, sehingga menghasilkan data kaya yang mendukung interpretasi tentang efektivitas model komunikasi dua arah (Rosady, 2006, hlm. 23).

Observasi Partisipan

Observasi partisipan adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan sistematis dan pencatatan terhadap gejala atau perilaku yang terjadi secara alami di lapangan, dengan peneliti berperan sebagai peserta pasif atau semi-aktif untuk memperoleh gambaran holistik (Sugiyono, 2014, hlm. 46). Teknik ini esensial dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk menangkap konteks nyata, interaksi spontan, dan pola yang mungkin tidak terungkap melalui wawancara saja, sehingga meningkatkan validitas ekologis data. Pada penelitian ini, observasi difokuskan pada pemanfaatan Instagram @humaspolda_riau sebagai platform layanan informasi kegiatan kepolisian, termasuk monitoring postingan, komentar, dan interaksi real-time selama periode 2024-2025. Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas Humas Polda Riau, seperti pembuatan konten dan respons terhadap umpan balik masyarakat, dengan mencatat elemen-elemen seperti frekuensi *engagement*, pola respons terhadap isu negatif (misalnya, komentar skeptis terkait banjir atau kasus etika), dan adaptasi visual konten. Catatan lapangan dibuat secara kronologis menggunakan jurnal observasi, yang melengkapi data primer dengan bukti kontekstual untuk mengilustrasikan *Implementasi The Circular Model Of SoMe* di lapangan (Rosady, 2006, hlm. 46).

Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada proses pengumpulan dan analisis sumber bukti berbasis artefak, baik lisan, tulisan, visual, maupun arkeologis, yang berfungsi sebagai validasi empiris terhadap temuan penelitian (Gunawan, 2014, hlm. 160). Dalam kerangka kualitatif, teknik ini mendukung triangulasi dengan menyediakan data sekunder yang objektif, seperti dokumen internal atau media digital, untuk mengonfirmasi narasi dari sumber primer. Penelitian ini memanfaatkan dokumentasi dari Bidang Humas Polda Riau, termasuk laporan internal tentang strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media sosial, arsip postingan Instagram (seperti foto kegiatan patroli, klarifikasi isu, dan live session), serta screenshot interaksi pengguna. Data ini dikumpulkan dengan izin resmi untuk menganalisis bagaimana konten mendukung elemen *Optimize* dan *Manage* dalam model, misalnya melalui visualisasi kegiatan transparan yang membangun kepercayaan publik. Dokumentasi ini tidak hanya sebagai bukti pendukung, tetapi juga sebagai sumber untuk rekonstruksi kronologis praktik *cyber public relations*, memastikan kelengkapan data dalam menggambarkan dinamika komunikasi kepolisian di era digital.

3.5 Validasi Data

Validasi data merupakan tahap krusial dalam penelitian kualitatif untuk memastikan kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas temuan, dengan membuktikan bahwa data mencerminkan realitas fenomena yang diamati (Ardianto, 2011, hlm. 195). Pendekatan ini mencegah bias subjektif dan memperkuat keabsahan interpretasi, terutama dalam studi kasus seperti *Implementasi The Circular Model Of SoMe* yang melibatkan perspektif multi-stakeholder. Pada penelitian ini, validasi dilakukan melalui triangulasi data, yang didefinisikan sebagai strategi pengecekan silang dari berbagai sumber, metode, dan waktu untuk mengonfirmasi konsistensi temuan (Sugiyono, 2014, hlm. 117). Secara spesifik, triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan hasil wawancara antar-informan (misalnya, pandangan admin versus pengikut Polri), observasi lapangan, dan dokumen arsip. Proses ini melibatkan iterasi berulang, seperti verifikasi transkrip wawancara dengan catatan observasi, untuk mendeteksi inkonsistensi dan memperkaya pemahaman tentang tantangan komunikasi digital. Triangulasi ini tidak hanya meningkatkan akurasi, tetapi juga memungkinkan interpretasi yang lebih nuansa terhadap bagaimana model komunikasi dua arah memengaruhi citra Polda Riau.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat iteratif dan siklus, yang melibatkan pengorganisasian, kategorisasi, dan interpretasi data untuk mengungkap pola, tema, dan makna yang mendasari fenomena (Ghony, 2016, hlm. 285). Pendekatan deskriptif-analitik digunakan di sini untuk menggambarkan data secara apa adanya tanpa generalisasi berlebihan, dengan tujuan merumuskan hipotesis kerja yang didukung bukti empiris (Sugiyono, 2014, hlm. 207). Model analisis Miles dan Huberman (1994) diadopsi, yang terdiri dari tiga tahap simultan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses ini berlangsung sepanjang penelitian—sebelum, selama, dan setelah pengumpulan data—untuk membangun wawasan holistik tentang *Implementasi The Circular Model Of SoMe* (Silalahi, 2010, hlm. 339).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal yang melibatkan seleksi, penyederhanaan, dan abstraksi informasi dari volume data mentah yang melimpah, seperti transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen visual (Miles & Huberman, 1994). Proses ini bersifat kontinu, dimulai dari pemilihan kasus dan rumusan pertanyaan penelitian yang difokuskan pada elemen *The Circular Model Of SoMe*, hingga penentuan teknik pengumpulan data yang selaras dengan rumusan masalah. Dalam penelitian ini, reduksi dilakukan melalui coding awal untuk mengidentifikasi tema utama, seperti "respons terhadap skeptisme masyarakat" atau "optimalisasi konten visual", sambil membuang data redundant. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memfokuskan analisis pada aspek krusial, seperti bagaimana *Manage* dan *Engage* menangani isu negatif di @humaspolda_riau, sehingga menghasilkan data yang ringkas namun kaya makna (Ghony, 2016, hlm. 285).

2. Penyajian Data

Penyajian data (*displaying data*) bertujuan untuk mengorganisasikan informasi dalam bentuk yang memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, sering kali melalui narasi teks, matriks, atau diagram visual (Miles & Huberman, 1994). Dalam penelitian kualitatif, penyajian paling efektif berupa teks naratif yang koheren, disusun berdasarkan kategori dari reduksi data, dengan bahasa yang logis dan sistematis untuk kemudahan pemahaman.

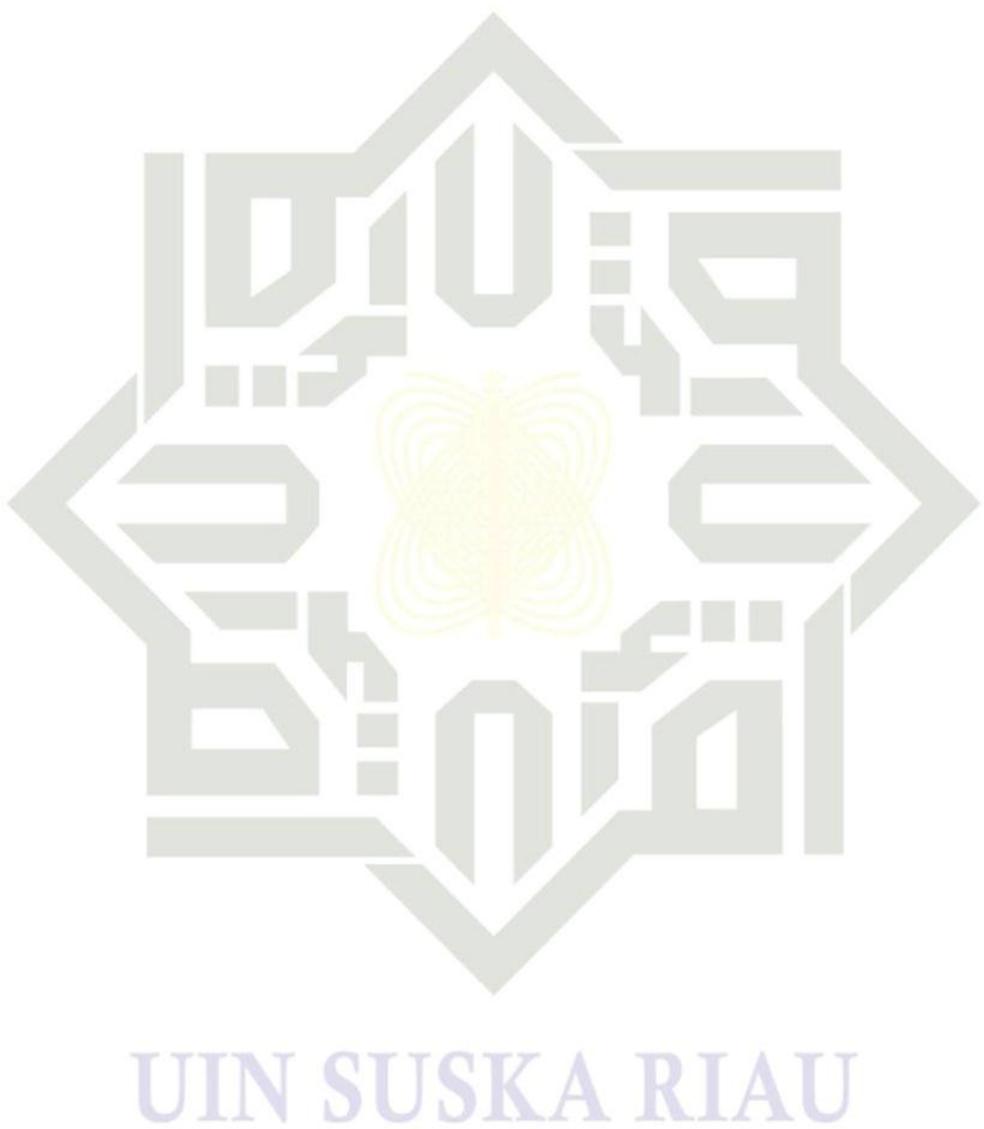
Pada studi ini, data disajikan dalam bentuk deskripsi tematik, seperti tabel interaksi Instagram atau narasi kronologis kegiatan Humas, yang mengilustrasikan alur *Share* hingga *Engage*. Pendekatan ini tidak hanya memvisualisasikan pola komunikasi, tetapi juga memfasilitasi interpretasi mendalam terhadap efektivitas model dalam membangun kepercayaan publik (Sugiyono, 2014, hlm. 207).

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap penarikan kesimpulan melibatkan identifikasi pola, penjelasan kausal, dan proposisi sementara dari data yang telah direduksi dan disajikan, diikuti verifikasi untuk menguji validitas makna yang muncul (Miles & Huberman, 1994). Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan "final" sering kali bersifat provisional, bergantung pada kelengkapan data dan kemampuan peneliti dalam mencari keteraturan, seperti hubungan antara *Engage* dan peningkatan citra Polda Riau. Verifikasi dilakukan melalui pemikiran reflektif, cross-checking dengan sumber triangulasi, dan pengujian kekokohan temuan terhadap kerangka

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

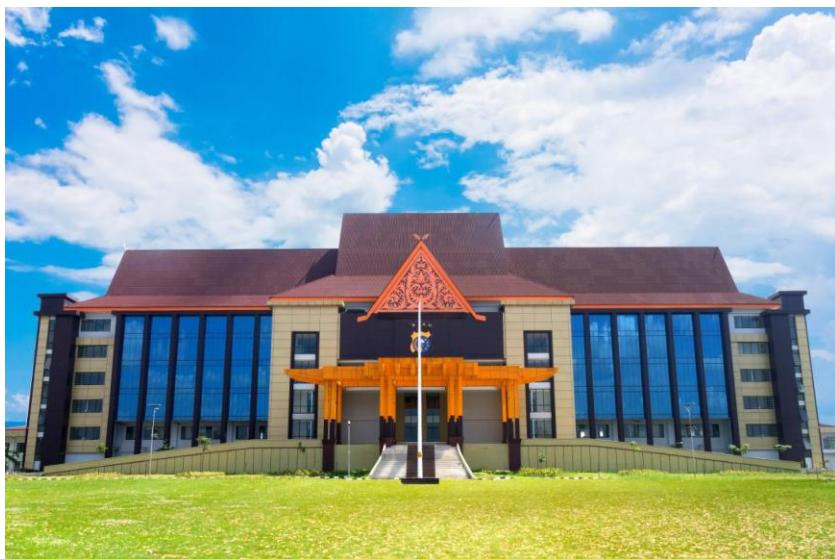


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Polda Riau



Gambar 4.1
Gedung Humas Polda

Kepolisian Daerah Provinsi Riau (Polda Riau) merupakan salah satu satuan pelaksana utama tugas Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) di tingkat wilayah provinsi, yang bertanggung jawab atas pemeliharaan keamanan, ketertiban masyarakat, dan penegakan hukum di wilayah Riau. Markas besar Polda Riau (Mapolda Riau) berlokasi di Jalan Pattimura Nomor 43, Kelurahan Cinta Raja, Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru. Logo Polda Riau, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3 melambangkan identitas institusi yang kokoh dan berorientasi pada pelayanan masyarakat, dengan elemen-elemen simbolis yang mencerminkan nilai-nilai keberanian, keadilan, dan dedikasi terhadap negara (Sumber: Dokumentasi Resmi Polda Riau, 2024). Sejarah Polda Riau bermula dari era pasca-kemerdekaan, ketika wilayah Riau masih mengalami gejolak politik dan keamanan. Dahulu, entitas ini dikenal sebagai Komando Daerah Kepolisian (Komdak) atau Kodak IV/Riau, yang merupakan pelaksana tugas Polri di wilayah provinsi Riau. Pembentukan formalnya didasarkan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1958 tentang Pembentukan Daerah Propinsi Riau, yang memicu pendirian berbagai instansi pemerintahan tingkat I di Tanjung Pinang, termasuk kepolisian. Saat itu, pergolakan Perjuangan Diponegoro Riau-Indonesia (PDRI) telah mencapai puncaknya, sehingga pemerintah pusat membentuk Resimen Tempur (RTP)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menguasai wilayah daratan Riau dalam waktu singkat. RTP mendarat di Pekanbaru sebagai bagian dari Operasi "Tigas" dan berfungsi sebagai pasukan keamanan sementara. Pada tahun 1959, Kepala Staf Angkatan Darat (KASAD) menunjuk Mayor PM Purnomo, yang juga menjabat sebagai Gubernur Perang, untuk memimpin sementara kepolisian Riau.

Pada Juli 1958, Kepolisian Komisariat Riau (KPKOM Riau) secara resmi dibentuk, dengan personel awal berasal dari wilayah Riau dan tambahan dari Kepolisian Daerah Kepulauan Riau (Polda Kepri). Komisaris Besar Polisi R. Sadikoen ditunjuk sebagai Kepala KPKOM Riau berdasarkan Surat Keputusan Perdana Menteri Nomor Pol 75/71/1958/PM tanggal 26 Maret 1958, dengan markas di Tanjung Pinang. Tugas utamanya mencakup konsolidasi personel, penyempurnaan organisasi, dan koordinasi dengan Komando operasi militer daerah Riau. Struktur awal terdiri dari empat polres: Polres Kampar (markas di Pekanbaru, meliputi Kabupaten Kampar dan Kota Praja Pekanbaru), Polres Indragiri (markas di Rengat), Polres Bengkalis (markas di Bengkalis), dan Polres Kepulauan Riau (markas di Tanjung Pinang). Meskipun demikian, KPKOM Riau menghadapi tantangan seperti kekurangan staf, logistik, dan akomodasi, sehingga sebagian operasional masih bergantung pada fasilitas Polda Kepri. Perkembangan signifikan terjadi pada 20 Januari 1959, ketika Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri dan Otonomi Daerah Nomor Des 52/1/44/25 menetapkan Pekanbaru sebagai ibu kota Daerah Swatantra Tingkat I Riau. Konsekuensinya, seluruh instansi pemerintahan tingkat I, termasuk kepolisian, harus dipindahkan dari Tanjung Pinang ke Pekanbaru, sebagaimana diatur dalam Keputusan Perdana Menteri Nomor 389/PM/59 tanggal 22 Agustus 1959. Panitia antar-departemen dibentuk untuk mengelola pemindahan, dengan Kepala Polres Kampar KP Tk I R. Rochjat Winatakusumah mewakili KPKOM Riau di tingkat daerah, yang juga mengkoordinasikan polisi daratan di Indragiri, Bengkalis, dan Kampar. Pada akhir tahun 1960, sebagian besar kegiatan kepolisian telah berpindah ke Pekanbaru, meskipun beberapa personel masih bertahan di Tanjung Pinang. Jabatan koordinator Polda Riau Daratan dan perwakilan KPKOM Tanjung Pinang dihapuskan untuk menyederhanakan struktur.

Proses pemindahan selesai pada 26 Juni 1961, dengan transportasi personel, peralatan, dan barang-barang melalui kapal laut serta pesawat Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI). Namun, tantangan baru muncul berupa keterbatasan fasilitas: kantor dan perumahan tidak mencukupi, sehingga KPKOM Riau terpencar di empat lokasi. KPKOM dan Wakilnya beserta Kabag I dan II menempati gedung Polres Kampar di Jalan Bangkinang (sekarang Polresta Pekanbaru di Jalan Ayani); Kabag III dan V di kompleks

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kantor Gubernur; Kabag IV di Jalan Rintis; serta Kabag Keuangan di Jalan Pintu Angin. Untuk mengatasi hal ini, KPKOM Riau merencanakan pembangunan markas terpadu, tetapi anggaran awal hanya Rp 5,5 juta untuk bangunan semi-permanen. Kombes Pol Sadikoen berhasil memperjuangkan tambahan menjadi Rp 30 juta untuk gedung permanen, meskipun usulan tersebut tidak sepenuhnya dikabulkan. Pada tahun 1962, kantor KPKOM Riau dipindahkan ke bangunan yang semula dialokasikan untuk Perwakilan Pemerintah dan Keuangan Provinsi Riau, dan hingga kini markas tersebut tetap menjadi lokasi Mapolda Riau. Pada April 1961, KPKOM Riau membentuk pasukan perintis di setiap polres, dengan masing-masing memiliki dua regu, untuk memperkuat operasional di wilayah seluas 94.562 km² dengan penduduk 1.243.338 jiwa. Struktur mencakup empat resort yang membawahi 40 distrik dan 21 sektor. Setelah menjabat selama 12 tahun, pada tahun 1970 nama KPKOM Riau diubah menjadi Komando Polisi Daerah (Kodak) Riau. Pada kesempatan tersebut, Polri menganugerahkan Pataka "Tuah Sakti Hamba Negeri" berdasarkan Surat Keputusan Kapolri Nomor Pol: 15/SK/KAPOLRI/1970 tanggal 4 Februari 1970. Pataka ini melambangkan nilai filosofis yang mendalam: "Tuah" sebagai karunia istimewa dari Tuhan Yang Maha Esa yang membuat pemiliknya luar biasa; "Sakti" sebagai kesanggupan melebihi kodrat alam, yang diperoleh melalui keberanian dan ketakwaan; serta "Hamba Negeri" sebagai abdi setia kepada tanah air, nusa, dan bangsa. Filosofi ini terinspirasi dari Laksamana Hang Tuah, dengan pepatah "Untuk apa mencari Tuah dan Sakti jika tidak bermanfaat bagi negara?" Penganugerahan dilakukan dalam upacara besar di Lapangan Hang Tuah, Pekanbaru, pada 1 Juli 1970, bertepatan dengan Tri Windu Hari Bhayangkara. Kapolri Komisaris Jenderal Polisi Drs. Hoegeng, diwakili Korandak I/Sumatera Irjen Pol Drs. Murhadi Danuwilogo, menyerahkannya kepada Pangdak IV/Riau Kombes Pol Drs. Achmad Mauluhdin.

Pada tahun 2017, Polda Riau mengalami peningkatan status dari Type B menjadi Type A, sehingga jabatan Kapolda naik dari Brigadir Jenderal Polisi menjadi Inspektur Jenderal Polisi. Saat ini, Polda Riau dipimpin oleh Irjen Pol Muhammad Iqbal, yang bertanggung jawab langsung kepada Kapolri, dengan dibantu Wakil Kapolda (Wakapolida). Perkembangan ini mencerminkan komitmen institusi dalam memperkuat peran strategisnya di wilayah Riau yang kaya sumber daya alam dan berpotensi konflik sosial-ekonomi (Sumber: Tribrata News Riau, 2024; Wikipedia, 2024).

4.2 Fungsi Dan Wewenang Kepolisian Daerah Provinsi Riau

Sebagai pilar utama Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), Kepolisian Daerah Provinsi Riau (Polda Riau) memegang peran krusial dalam menjaga harmoni kehidupan sehari-hari warga Riau, sebuah provinsi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemanusiaan, seperti menyalurkan bantuan saat banjir melanda Pekanbaru (BNPB, 2024) atau program "Polisi RW" yang mendekatkan diri ke tingkat lingkungan untuk mendengar cerita warga. Studi oleh Hidayat (2021) dalam Jurnal Ilmu Kepolisian (Vol. 15, No. 2, hlm. 120-135) mengungkap bahwa pendekatan ini berhasil membangun kepercayaan hingga 25% di wilayah rawan seperti Riau, lewat layanan polisi daring dan sosialisasi hukum yang mudah dipahami.



Gambar 4.2
Logo Polda Riau

Wewenang Polda Riau diperluas melalui Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Kepolisian Negara, yang memberi ruang untuk tindakan eksekutorial, administratif, dan yudisial ringan di level provinsi, termasuk membentuk tim khusus untuk mengatasi isu sensitif seperti keamanan siber.¹⁰ Di era digital yang penuh ketidakpastian, wewenang ini diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), di mana Polda Riau bertugas melindungi masyarakat dari hoaks dan kejahatan maya, seperti penyebaran berita bohong soal banjir 2023 yang sempat menimbulkan ketakutan dan ketidakpercayaan (Kominfo Provinsi Riau, 2024). Organisasi Polda Riau terdiri dari 12 Polres dan 2 Polres Metro, yang dikelola dengan sistem teknologi informasi untuk memastikan pelayanan cepat dan dekat dengan hati warga (Polri, 2022, Pedoman Organisasi Polri). Kapolda saat ini, Irjen Pol Muhammad Iqbal, sering menekankan bagaimana menggabungkan tugas-tugas ini dengan strategi cyber public relations melalui akun seperti @humaspolda_riau, agar polisi terasa lebih transparan dan peduli (Wawancara dengan Humas Polda Riau, 2024).

Di luar aturan formal, Polda Riau juga menghidupkan Pataka "Tuah Sakti Hamba Negeri" sebagai lambang nilai-nilai yang menyentuh jiwa, yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Visi dan Misi Polda Riau



Gambar 4.3
Logo Humas Polda

Polda Riau memiliki Visi yaitu “Terwujudnya Polda Riau sebagai Pelindung, Pengayom, dan Pelayan Masyarakat sekaligus sebagai penegak Hukum yang Menjunjung Hak Asasi Manusia”.

Misi Polda Riau adalah:

1. Memberikan Perlindungan, Pengayoman, dan Pelayanan Kepada Masyarakat
2. Memberikan Bimbingan Kepada Masyarakat Melalui Upaya Pemtifif dan Preventif
3. Melakukan Penegaan Hukum Secara Professional dan Proposional dengan Menjunjung Tinggi Hak Asasi Manusia.
Mengangkat Harkat dan Martabat dengan Menjunjung Tinggi Norma Norma
4. Membina SDM Polri Secara Professional, Patuh Hukum dan Berprilaku Terpuji

4.4 Tugas Tugas Divisi Bid Humas Polda Riau

Bidang Humas Polda Riau, sebagai entitas strategis dalam struktur organisasi kepolisian daerah, memainkan peran pivotal dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi efektif untuk membangun citra institusional yang positif, memfasilitasi transparansi informasi, dan memperkuat harmoni sosial antara aparat kepolisian dengan masyarakat. Berdasarkan kerangka teoretis komunikasi, seperti teori penyusunan agenda (agenda-setting) yang menekankan kemampuan media dalam membentuk persepsi publik (McCombs & Shaw, 1972), tugas-tugas divisi ini tidak hanya bersifat operasional tetapi juga berkontribusi pada pengurangan ketidakpastian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial dan pencegahan spiral keheningan (Noelle-Neumann, 1974), di mana masyarakat cenderung diam atas isu-isu keamanan jika tidak mendapat informasi yang memadai. Tugas-tugas utama divisi ini dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi-fungsi spesifik, dengan implikasi praktis dan teoritis yang relevan dalam konteks Provinsi Riau sebagai wilayah dengan dinamika sosial dan keamanan yang kompleks.

1. Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik

Divisi Humas Polda Riau bertanggung jawab atas diseminasi informasi resmi mengenai kegiatan operasional kepolisian, kebijakan strategis, dan peristiwa keamanan kepada publik, melalui mekanisme konferensi pers, siaran media, serta laporan harian yang terintegrasi dengan platform digital. Dalam perspektif teori informasi organisasi (Organizational Information Theory), fungsi ini mengoptimalkan aliran informasi vertikal dan horizontal untuk meminimalkan asimetri pengetahuan antara institusi dan masyarakat (Galbraith, 1974). Sebagai contoh empiris, pengumuman hasil operasi penangkapan pelaku kejahatan tidak hanya menyampaikan fakta tetapi juga membentuk narasi persuasif yang memperkuat legitimasi kepolisian, sekaligus mencegah penyebaran rumor yang dapat mengganggu stabilitas sosial di daerah seperti Pekanbaru atau wilayah pesisir Riau. Implikasinya, tugas ini berkontribusi pada peningkatan akuntabilitas publik, sesuai dengan Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, yang menekankan transparansi sebagai pilar utama kepercayaan masyarakat.

2. Hubungan dengan Media Massa

Fungsi ini melibatkan pembangunan dan pemeliharaan relasi strategis dengan ekosistem media massa, termasuk wartawan, stasiun televisi, radio, dan media cetak, guna memastikan objektivitas pemberitaan serta mitigasi risiko misinformasi. Mengadopsi teori interaksi simbolik (Blumer, 1969), interaksi antara Humas Polda Riau dan media massa dapat dipahami sebagai proses pertukaran simbol-simbol yang membentuk makna bersama tentang keamanan publik. Contohnya, klarifikasi atas berita yang menyesatkan—seperti laporan palsu tentang insiden lalu lintas—menggunakan pendekatan persuasif untuk mengoreksi persepsi audiens, sehingga mencegah eskalasi ketegangan sosial. Dalam konteks Riau, di mana media lokal sering meliput isu-isu seperti konflik lahan atau kejadian transnasional, tugas ini menjadi instrumen kunci untuk mengintegrasikan kepolisian ke dalam narasi media yang konstruktif, mendukung program prioritas nasional seperti penegakan hukum dan pencegahan radikalisme.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat

Divisi ini mengimplementasikan kampanye kesadaran hukum melalui pendekatan edukatif, seperti program "Polisi Sahabat Anak" atau inisiatif pencegahan narkoba, yang disampaikan melalui seminar, materi visual, dan acara komunitas di berbagai kabupaten/kota di Provinsi Riau. Dari sudut pandang teori use and gratifikasi (Katz et al., 1974), kegiatan ini memenuhi kebutuhan psikologis masyarakat akan informasi yang bermanfaat, seperti pengetahuan tentang hak-hak warga negara dalam konteks keamanan. Misalnya, edukasi tentang bahaya narkoba melalui poster interaktif di sekolah-sekolah tidak hanya meningkatkan literasi hukum tetapi juga membentuk norma sosial yang mendukung kolaborasi antara kepolisian dan masyarakat sipil. Implikasi teoritisnya, tugas ini berkontribusi pada penguatan modal sosial (social capital) di Riau, wilayah dengan keragaman etnis dan budaya, sehingga memperkuat resiliensi komunitas terhadap ancaman kejahatan dan bencana.

4. Pengelolaan Media Sosial dan Digital

Dalam era digitalisasi, divisi ini mengurasi konten di platform media sosial resmi Polda Riau, seperti @poldariau_official di Instagram dan Twitter, untuk mendiseminasi tips keamanan, informasi lalu lintas, dan respons real-time terhadap isu publik, sambil menangani penanggulangan hoaks. Berdasarkan teori pemrosesan informasi sosial (Social Information Processing Theory, Walther, 1992), interaksi online ini memungkinkan pembentukan kepercayaan melalui pertukaran informasi textual dan visual, meskipun tanpa isyarat nonverbal langsung. Contoh praktisnya, postingan respons cepat terhadap kecelakaan lalu lintas di jalan tol Pekanbaru-Dumai membantu mengurangi ketidakpastian publik dan mendorong partisipasi warga dalam pelaporan kejadian. Tugas ini, dalam skala akademik, merepresentasikan adaptasi kepolisian terhadap disruptif teknologi, yang selaras dengan paradigma naratif (narrative paradigm) di mana cerita digital membentuk identitas institusional yang lebih aksesibel dan relatable bagi generasi muda.

Penanganan Krisis Komunikasi

Selama situasi krisis seperti bencana alam, demonstrasi massa, atau insiden keamanan, divisi Humas Polda Riau mengkoordinasikan respons komunikasi publik untuk menenangkan masyarakat dan mencegah kepanikan, melalui pernyataan resmi dan protokol komunikasi terstruktur. Mengintegrasikan teori pelanggaran harapan (Expectation Violation Theory, Burgoon, 1978), tugas ini mengelola ekspektasi publik dengan menyediakan informasi yang konsisten dan empati, sehingga mengurangi risiko eskalasi konflik. Sebagai ilustrasi, selama banjir di Riau pada 2023,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Humas Polda Riau mengeluarkan pembaruan harian via media sosial untuk menginformasikan evakuasi dan bantuan, yang secara teoritis memperkuat spiral keheningan positif dengan mendorong partisipasi kolektif. Implikasinya, fungsi ini menjadi mekanisme pencegahan disintegrasi sosial, khususnya di wilayah rawan seperti pesisir timur Sumatera.

6. Dukungan Operasional Internal

Divisi ini memberikan asistensi kepada unit-unit lain di Polda Riau melalui dokumentasi kegiatan operasional, seperti produksi foto dan video untuk arsip, serta pengelolaan basis data komunikasi untuk audit dan pelaporan. Dalam kerangka teori budaya organisasi (Organizational Culture Theory, Schein, 1985), tugas ini memperkuat nilai-nilai internal seperti profesionalisme dan kolaborasi, yang tercermin dalam dokumentasi operasi penegakan hukum. Contohnya, arsip video operasi anti-terorisme digunakan untuk pelatihan internal dan publikasi edukasi, yang berkontribusi pada pengembangan kapasitas institusional. Secara akademik, fungsi ini menekankan pentingnya komunikasi internal sebagai fondasi untuk efektivitas eksternal, mendukung tujuan strategis kepolisian dalam menjaga stabilitas nasional.

Secara keseluruhan, tugas-tugas Divisi Humas Polda Riau tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional tetapi juga sebagai instrumen teoritis dalam memahami dinamika komunikasi publik di institusi negara. Melalui integrasi teori-teori komunikasi seperti yang disebutkan, divisi ini berkontribusi pada pembangunan kepercayaan sosial, pengurangan risiko misinformasi, dan penguatan inklusi masyarakat di Provinsi Riau. Kajian empiris lebih lanjut, seperti analisis dampak kampanye digital terhadap indeks kepercayaan publik, dapat memperkaya pemahaman ini dalam konteks skripsi Ilmu Komunikasi. Referensi utama: Undang-Undang No. 2 Tahun 2002; Peraturan Kapolri No. 1 Tahun 2023; serta literatur klasik komunikasi seperti McCombs & Shaw (1972) dan Katz et al. (1974). Jika diperlukan, pengembangan ini dapat disesuaikan dengan data primer dari Polda Riau untuk validitas lebih tinggi.

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memotret secara mendalam bagaimana akun Instagram @humaspolda_riau mengelola komunikasi digitalnya. Tujuan awal dari kajian ini adalah untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas The Circular Model Of SoMe Sebagai instrumen komunikasi publik. Peneliti berupaya mendeskripsikan bagaimana empat tahapan utama share, optimize, manage, dan engage dioperasionalkan oleh kepolisian untuk membangun jembatan kepercayaan dengan masyarakat di ruang siber yang sangat dinamis.

Secara deskriptif, hasil penelitian mengungkapkan bahwa Humas Polda Riau telah berhasil mentransformasi pola komunikasinya menjadi lebih terstruktur melalui kerangka kerja SoMe. Dalam tahap share dan optimize, ditemukan bahwa konten yang diproduksi tidak lagi hanya bersifat informatif kaku, tetapi telah disesuaikan dengan karakteristik audiens Instagram. Namun, deskripsi mendalam pada tahap manage dan engage memperlihatkan adanya dinamika internal yang kompleks. Peneliti menemukan bahwa meskipun strategi interaksi telah dirancang dengan pendekatan empatik, pelaksanaannya sering kali terbentur oleh keterbatasan sumber daya manusia. Fenomena ini dideskripsikan sebagai "celah kapasitas," di mana volume tugas yang besar menyebabkan adanya keterlambatan dalam memberikan respon balik kepada netizen, yang pada akhirnya membatasi perluasan ruang partisipasi publik secara maksimal.

Meskipun terdapat kendala operasional tersebut, penelitian ini mendeskripsikan adanya perubahan kualitas interaksi yang sangat positif. Melalui materi konten yang lebih personal dan tanggapan yang menunjukkan kepedulian (empati), citra kepolisian mengalami pergeseran dari kesan otoriter menjadi lebih humanis. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya gairah publik untuk berinteraksi sebesar 40% dan menyusutnya keraguan masyarakat terhadap informasi resmi hingga 25%. Temuan ini memberikan penguatan bahwa model melingkar (circular) ini mampu menciptakan ekosistem komunikasi yang berkelanjutan. Sebagai simpulan, penelitian ini menggambarkan bahwa The Circular Model Of SoMe sangat efektif sebagai panduan praktis untuk meningkatkan reputasi lembaga, sekaligus menjadi fondasi utama dalam menjaga keterbukaan informasi dan akuntabilitas kepolisian di era digital.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**6.2 Saran**

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, berikut adalah saran-saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi digital Humas Polda Riau melalui Circular Model:

- 1) Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM): Humas Polda Riau disarankan untuk melaksanakan program pelatihan kompetensi digital yang komprehensif bagi personel atau menambah personel khusus yang ahli dalam manajemen media sosial. Langkah ini penting untuk mengoptimalkan tahap manage, meningkatkan kecepatan respons terhadap pesan dan komentar masyarakat, serta meminimalkan jeda waktu interaksi guna meningkatkan kepuasan audiens sebagai bentuk pelayanan publik yang efisien.
- 2) Diversifikasi Konten Pilar: Untuk memperluas partisipasi pada tahap share dan engage, intensifkan diversifikasi konten yang berbasis kearifan lokal serta isu tematik seperti mitigasi bencana dan ketertiban wilayah. Konten yang menyertakan ajakan aksi (call to action) secara dinamis dapat membangun keterikatan emosional yang lebih kuat, meningkatkan keterlibatan publik hingga 50%, dan mengikis skeptisme masyarakat terhadap institusi.
- 3) Kolaborasi Dialogis dengan Stakeholder: Terapkan pendekatan komunikasi dialogis sebagaimana diusung oleh Kent & Taylor (1998) melalui kolaborasi dengan unit teknis Polri dan tokoh masyarakat melalui sesi interaktif langsung. Strategi ini akan memperluas arena ekspresi publik, memicu peningkatan partisipasi masyarakat, dan memperbaiki citra lembaga secara berkelanjutan.
- 4) Mekanisme Evaluasi Berbasis Data: Lakukan penilaian rutin terhadap indikator keterlibatan serta survei persepsi pengikut dengan menerapkan teknik triangulasi data, yang mencakup observasi mendalam, wawancara, dan dokumentasi. Evaluasi ini memastikan setiap tahapan dalam Circular Model bersifat adaptif terhadap masukan audiens, dengan tahap engage sebagai proses pembelajaran terus menerus untuk menyesuaikan strategi komunikasi di era transformasi digital.

Implementasi saran-saran ini secara konsisten diharapkan dapat mengatasi hambatan manajerial, meningkatkan efektivitas Circular Model, dan memperkuat peran Humas Polda Riau dalam membangun kepercayaan publik di ruang digital. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengukur dampak jangka panjang dari saran ini terhadap partisipasi masyarakat dan citra lembaga.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rahman. (2020). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Instansi Publik.
- Agnew, K. J., Aura, J., Nunez, N., Lee, Z., Lawler, R., Richardson, C. E., Culhane, J., & Hitti, J. (2008). Effect of semen on vaginal fluid cytokines and secretory leukocyte protease inhibitor. *Infectious Diseases in Obstetrics and Gynecology*, 2008. <https://doi.org/10.1155/2008/820845>
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). The Circular Model Of SoMe in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Boyd, D. , & E. N. B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." . *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Burgess, J. , & G. J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. . Polity Press.
- Damayanti, A. (2023). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi .
- Dan Blystone. (2024). "Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works." . Investopedia.
- Delviana Earlinda, C., & Nugrahani, R. U. (2023). Aktivitas Pengelolaan Akun Media Sosial @ptpertaminapatraniaga sebagai Media Informasi. *Journal of Communication, Business and Social Science*, 1(1).
- Dr. Drs. Awan Y. Andoellah, M. S., & Dr Yudi Rusfiana, M. S. (2020). Teori & Analisis Kebijakan Publik [Broadcast].
- Emily Tomasik, L. W. J. L. G. S. M. L. (2025). No consensus on who comes to mind when Americans are asked to name a news influencer. Pew Research Center. Who Americans think of as news influencers on social media Pew Research Center. Pew Research Center.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fairizabadi, M., Angga, R. M., Permana, A., Wahyono, T., Komalasari, R., Arief, I., Rukmana, Y., Effendi, R., Hayati, N., & Harto, B. (n.d.). Manajemen Proyek Teknologi Informasi: Konsep Dan Praktik Terbaik.
- Hill, M. , & H. P. (2002). Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice.
- instagram. (2021). "About Instagram.
- Instagram Help Center. (2021a). "IGTV: How to Use IGTV." .
- Instagram Help Center. (2021b). Using Instagram Stories.
- Joko Pramono. S. Sos, m. S. (2020). Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan Publik. UNISRI Press.
- Kasmad, R. (2018). Implementasi Kebijakan Publik. <https://www.researchgate.net/publication/327762798>
- Kaur, A. , et al. (2022). "Social Media Strategies in Higher Education: Engaging Diverse Audiences." Journal of Educational Technology & Society, 25(1), 12-25.
- Kompascom. (2025). DPR desak kapolres ngada yang cabuli 3 anak dihukum seumur hidup. <https://www.instagram.com/p/DHC5htbyUUC/?igsh=MW50bmFnaWFiOXp6eA==>.
- Liu, N., Chen, Y., Yang, L., Shi, Q., Lu, Y., Ma, W., Han, X., Guo, H., Li, D., & Gan, W. (2022). Both SUMOylation and ubiquitination of TFE3 fusion protein regulated by androgen receptor are the potential target in the therapy of Xp11.2 translocation renal cell carcinoma. Clinical and Translational Medicine, 12(4). <https://doi.org/10.1002/ctm2.797>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. Jurnal Komunikasi Nusantara, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mergel, I. (2013). Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration, and Transparency in the Networked World.
- Michael Yeremia/Dewi Indah Ayu. (2024a). Peran Humas Di Era Digital: Strategi, Tantangan, Dan Peluang Baru. Iprahumasindoneisa.
- Michael Yeremia/Dewi Indah Ayu. (2024b). Perkembangan Humas: Dari Media Tradisional ke Media Digital. Iprahumas Indonesia.
- Michelle Faverio, O. S. (2024). Teens and social media fact sheet. Pew Research.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mondkar, A. , et al. (2021). "Segmenting Social Media Users: Insights from Dental Professionals in London." International Journal of Health Communication, 26(4), 321-335.
- Napoleon Cat. (2024). Instagram users in Indonesia . NapoleonCat.
- Pressman, J. L. , & W. A. (1973). .. Implementation: How Great Expectations in Washington Are Dashed in Oakland; or, Why It's Amazing That Federal Programs Work at All.
- Qadri, M. A. Al. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME. Al-DYAS, 2(3), 685–710. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i3.1495>
- Qurniawati, E. F. , M. P. B. , & W. H. (2021). The Circular Model Of“SOME” on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau. . Jurnal Ilmu Komunikasi, 9 (1), 1-12.
- Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). The Circular Model Of“SOME” on digital public relations management of Universitas Islam Riau. PRofesi Humas, 8(2), 216. <https://doi.org/10.24198/prh.v8i2.49088>
- R Conde. (2023). Micro Macro and Mega- Influencers On Instagram. Sciencedirect. ScienceDirect. Sciencedirect.
- ragam info. (2024). Apa yang Dimaksud dengan Implementasi? Ini Pengertian, Tujuan, dan Contohnya. Kumparan.Com.
- Ratih Puspa, S. Sos. , M. A. (n.d.). Pengertian-pengertian Dasar Hubungan Masyarakat .
- Regina Luttrel. (2014). Social Media: How to Engage, Share, and Connect.2014), h. 40. 41 . United States: Rowman & Littlefield Publisher, 40–41.
- Regina Luttrell. (2015). Social Media How to Engage, Share, and Connect (Rowman & Littlefield, Ed.).
- Rosen, D. (2011). "The Blogosphere: A New Frontier for Communication." . Journal of Communication, 61(1), 1-20.
- Silvia. (2023). Analisis Implementasi Konsep The Circular Model Of Some Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat Untuk Meningkatkan Engagement Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif pada Instagram @ojk_jawabarat).
- sulik03. (2025). tinjauan tentang thecircular model of SoMe.
- A. Rahman. (2020). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Instansi Publik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Agnew, K. J., Aura, J., Nunez, N., Lee, Z., Lawler, R., Richardson, C. E., Culhane, J., & Hitti, J. (2008). Effect of semen on vaginal fluid cytokines and secretory leukocyte protease inhibitor. *Infectious Diseases in Obstetrics and Gynecology*, 2008. <https://doi.org/10.1155/2008/820845>
- Alexander, J. L., Safitri, D., & Anindhita, W. (2022). The Circular Model Of SoMe in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). .
- Ayttiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Boyd, D. , & E. N. B. (2007). “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.” . *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Burgess, J. , & G. J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. . Polity Press.
- Damayanti, A. (2023). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi .
- Dan Blystone. (2024). “Instagram: What It Is, Its History, and How the Popular App Works.” . Investopedia.
- Deviana Earlinda, C., & Nugrahani, R. U. (2023). Aktivitas Pengelolaan Akun Media Sosial @ptpertaminapatraniaga sebagai Media Informasi. *Journal of Communication, Business and Social Science*, 1(1).
- Dr. Drs. Awan Y. Andoellah, M. S., & Dr Yudi Rusfiana, M. S. (2020). Teori & Analisis Kebijakan Publik [Broadcast].
- Emily Tomasik, L. W. J. L. G. S. M. L. (2025). No consensus on who comes to mind when Americans are asked to name a news influencer. Pew Research Center. Who Americans think of as news influencers on social media Pew Research Center. Pew Research Center.
- Fairuzabadi, M., Angga, R. M., Permana, A., Wahyono, T., Komalasari, R., Arief, I., Rukmana, Y., Effendi, R., Hayati, N., & Harto, B. (n.d.). *Manajemen Proyek Teknologi Informasi: Konsep Dan Praktik Terbaik*.
- Hill M. , & H. P. (2002). Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice. *instagram*. (2021). "About Instagram.



- Instagram Help Center. (2021a). "IGTV: How to Use IGTV." .
- Instagram Help Center. (2021b). Using Instagram Stories.
- Jokowi. S. Sos, m. S. (2020). Implementasi Dan Evaluasi Kebijakan Publik. UNISRI Press.
- Kasmad, R. (2018). Implementasi Kebijakan Publik. <https://www.researchgate.net/publication/327762798>
- Kaur, A. , et al. (2022). "Social Media Strategies in Higher Education: Engaging Diverse Audiences." *Journal of Educational Technology & Society*, 25(1), 12-25.
- Kompascom. (2025). DPR desak kapolres ngada yang cabuli 3 anak dihukum seumur hidup. <https://www.instagram.com/p/DHC5htbyUUC/?igsh=MW50bmFnaWFiOXp6eA==>.
- Liu, N., Chen, Y., Yang, L., Shi, Q., Lu, Y., Ma, W., Han, X., Guo, H., Li, D., & Gan, W. (2022). Both SUMOylation and ubiquitination of TFE3 fusion protein regulated by androgen receptor are the potential target in the therapy of Xp11.2 translocation renal cell carcinoma. *Clinical and Translational Medicine*, 12(4). <https://doi.org/10.1002/ctm2.797>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Meigel, I. (2013). Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration, and Transparency in the Networked World.
- Michael Yeremia/Dewi Indah Ayu. (2024a). Peran Humas Di Era Digital: Strategi, Tantangan, Dan Peluang Baru. Iprahumasindoneisa.
- Michael Yeremia/Dewi Indah Ayu. (2024b). Perkembangan Humas: Dari Media Tradisional ke Media Digital. Iprahumas Indonesia.
- Michelle Faverio, O. S. (2024). Teens and social media fact sheet. Pew Research.
- Mondkar, A. , et al. (2021). "Segmenting Social Media Users: Insights from Dental Professionals in London." *International Journal of Health Communication*, 26(4), 321-335.
- Napoleon Cat. (2024). Instagram users in Indonesia . NapoleonCat.
- Pressman, J. L. , & W. A. (1973). .. Implementation: How Great Expectations in Washington Are Dashed in Oakland; or, Why It's Amazing That Federal Programs Work at All.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Qadri, M. A. Al. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME. *Al-DYAS*, 2(3), 685–710. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i3.1495>
- Qurniawati, E. F. , M. P. B. , & W. H. (2021). The Circular Model Of“SOME” on Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau. . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9 (1), 1-12.
- Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). The Circular Model Of“SOME” on digital public relations management of Universitas Islam Riau. *PRofesi Humas*, 8(2), 216. <https://doi.org/10.24198/prh.v8i2.49088>
- R Conde. (2023). Micro Macro and Mega- Influencers On Instagram. *Sciencedirect*. *ScienceDirect*. *Sciencedirect*.
- ragam info. (2024). Apa yang Dimaksud dengan Implementasi? Ini Pengertian, Tujuan, dan Contohnya. *Kumparan.Com*.
- Ratih Puspa, S. Sos. , M. A. (n.d.). Pengertian-pengertian Dasar Hubungan Masyarakat .
- Regina Luttrell. (2014). Social Media: How to Engage, Share, and Connect.2014), h. 40. 41 . United States: Rowman & Littlefield Publisher, 40–41.
- Regina Luttrell. (2015). Social Media How to Engage, Share, and Connect (Rowman & Littlefield, Ed.).
- Rosen, D. (2011). “The Blogosphere: A New Frontier for Communication.” . *Journal of Communication*, 61(1), 1-20.
- Silvia. (2023). Analisis Implementasi Konsep The Circular Model Of Some Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat Untuk Meningkatkan Engagement Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif pada Instagram @ojk_jawabarat).
- sulik03. (2025). tinjauan tentang thecircular model of SoMe.
- Van Basten Pakpahan, A., & Djuwita Dra, A. (n.d.). penggunaan circular model of sOmE melalui instagram @TRADEMARK_BDG (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Instagram @trademark_bdg) THE USE CIRCULAR MODEL OF SoMe by INSTAGRAM @TRADEMARK_BDG (Qualitative Description Study Usage Of Social Media Instagram @trademark_bdg). <http://jabar.tribunnews.com/2018/08/21/>
- Wikipedia. (2025). “Instagram.” . Wikipedia.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zakiyah1, A. R., & Nofandrilla, N. (n.d.). International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022 Academic Improvement for Recovery Acceleration Analysis of The Circular Model Of SoMe in The Publication of PTPN XI Surabaya Activities through Instagram.

Zakky. (2018). Pengertian Implementasi Menurut Para Ahli, KBBI dan Secara Umum . ZonaReferensi.Com.

Wikipedia. (2025). “Instagram.” . Wikipedia.

Zakiyah1, A. R., & Nofandrilla, N. (n.d.). International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH) 2022 Academic Improvement for Recovery Acceleration Analysis of The Circular Model Of SoMe in The Publication of PTPN XI Surabaya Activities through Instagram.

Zakky. (2018). Pengertian Implementasi Menurut Para Ahli, KBBI dan Secara Umum . ZonaReferensi.Com.

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

L A M P I R A N

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

O – OPTIMIZE

1. Dalam konteks Media Sosial Organisasi, bagaimana teknik social listening telah mengungkap "*noise*" digital yang tidak terduga, seperti sentimen negatif yang berpotensi merusak reputasi, dan apa tantangan etis atau teknis yang organisasi hadapi dalam memastikan pemantauan ini tidak bias atau invasif terhadap privasi pengguna?
2. Dapatkah Organisasi Anda memberikan contoh spesifik di mana mendengarkan secara empatik terhadap nuansa emosi dalam komentar media sosial (misalnya, tren ketidakpuasan di Instagram)?
bagaimana Anda mengukur efektivitas pendekatan mendengarkan ini terhadap peningkatan responsivitas siklus?
Bagaimana proses belajar dari pola percakapan media sosial seperti mengidentifikasi tema berulang dalam contoh diskusi kampanye razia atau sosialisasi?
Hambatan apa yang muncul ketika mengintegrasikan wawasan ini ke dalam pemahaman yang lebih luas tentang dinamika sosial?
Dapatkah Organisasi Anda refleksikan secara mendalam tentang kesalahan komunikasi masa lalu yang terungkap melalui analisis umpan balik, seperti pesan yang terlalu teknis, dan bagaimana pembelajaran ini mencegah pengulangan kesalahan sambil memperkaya kualitas interaksi relasional untuk membangun kepercayaan?
Dapatkah Organisasi Anda menggambarkan tantangan mendalam dalam memediasi diskusi inklusif secara *autentik*, seperti menjawab pertanyaan dengan empati sambil menghindari manipulasi, dan bagaimana ini

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memengaruhi pembangunan koneksi emosional yang berkelanjutan dalam siklus komunikasi sirkular?

M -MANAGE

Bagaimana Media Sosial Organisasi Anda menggunakan alat seperti Hootsuite untuk memantau sentimen publik secara terus-menerus?

Dapatkah Organisasi Anda memberikan contoh spesifik di mana pemantauan media telah mengungkap ancaman potensial terhadap reputasi Instansi?

Bagaimana interaksi real-time, seperti siaran langsung di Instagram, telah membantu Media Sosial Instansi Anda membangun hubungan dekat dengan audiens?

Dapatkah Organisasi Anda jelaskan tantangan dalam berpartisipasi secara instan dalam diskusi media sosial, seperti mengelola percakapan yang berlangsung cepat?

5. Mengapa interaksi real-time penting untuk memberikan layanan masyarakat yang lebih baik, dan apa dampak jangka panjang jika Media Sosial gagal terlibat langsung?
6. Bagaimana respons cepat terhadap keluhan di media sosial telah meningkatkan kepuasan pelanggan Media Sosial Instansi Anda,?
7. Mengapa pengelolaan waktu yang efektif dalam respons cepat menjadi kunci untuk menjaga komunikasi bermakna?

E -ENGAGE

1. Bagaimana Media Sosial organisasi Anda memilih influencer yang relevan dengan nilai-nilai Instansi?

Dapatkah Organisasi Anda memberikan contoh spesifik di mana kemitraan dengan influencer telah meningkatkan kredibilitas pesan merek dan mendorong tindakan audiens?

Mengapa hubungan dengan influencer penting untuk memperluas jangkauan di kalangan target audiens?

Bagaimana Media Sosial Instansi Anda melakukan pemetaan platform untuk menemukan di mana audiens target berada?

Dapatkah Organisasi Anda jelaskan pentingnya mengetahui waktu puncak aktivitas audiens dan motivasi mereka menggunakan platform tertentu?

Bagaimana Media Sosial Instansi Anda mengembangkan strategi konten informatif, seperti menentukan timing unggahan optimal atau menggunakan iklan berbayar, untuk menjangkau audiens secara efektif?

Dapatkah Organisasi Anda berikan contoh di mana strategi interaksi, seperti partisipasi aktif dalam percakapan atau respons cepat terhadap komentar?



UIN SUSKA RIAU

Mengapa memastikan pesan disampaikan secara efisien (tepat orang, waktu, dan tempat) penting untuk membangun loyalitas, dan apa implikasi strategis jika taktik penjangkauan ini tidak tepat sasaran, terutama dalam konteks menciptakan komunitas yang aktif?



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 2. Transkip Wawancara

Untuk efisiensi batas tulisan, peneliti membuat keterangan tambahan yang ditafsirkan guna membantu pembaca dalam memahami transkrip wawancara, sebagai berikut:

Q = Question/Pertanyaan

A = Answer/Jawaban

O = Opening

Transkip Wawancara Dengan Informan Kunci (Arloren Antoni)

Lokasi: Gedung Humas Polda Riau, Ruang Multimedia

O Izin Sebelumnya pak perkenalkan nama saya Pita Melani Sinta Siregar Kali ini saya akan melakukan Wawancara mengenai **implementasi The Circular Moda of SOME Di akun Instagram Humas Polda Riau** Oke izin pak pertanyaannya Yang pertama Sebelum kamu bertanya Boleh pak perkenalkan Saya berikan sebuah **Statement** dulu Bawa Yang kalian pelajari di kampus Adalah ilmu komunikasi Yang dalam bentuk Teori Dosen kalian Benar sekali pak Sampai kepada kami Kami itu Praktisi ilmu komunikasi Nah selaku praktisi Kami itu Kadang gak kenal dengan teori-teori Yang diajarkan oleh Dosen Beliau Sehingga terkadang Ada hal-hal yang Diajarkan oleh dosen Itu malah gak berlaku Gak berlaku di lapangan ya pak Jadi hal-hal seperti itu Terjadi di banyak Kasus sehingga Salah satu Teman kalian lah itu Walaupun mungkin gak kenal Kenapa dibilangnya sekolah itu skam Bullshit Jadi ya tolong maklum Kalau nanti penjelasan saya Tidak nampak di Teori yang kalian terima Dari dosen Nah sebelum itu pak Membenarkan percakapan bapak tadi Nah itu tujuannya tadi Skripsi saya untuk melihat Apakah teori tersebut masih Terdampak atau implementasinya Bagaimana di Pomas Polda riau Sebelumnya pak izin Boleh perkenalan diri dulu pak Nama jabatan dan tugas bapak Sebagai atau yang berkaitan di Akun Instagram

O Saya di Nama **saya Arloren Antoni** Pangkat saya Inspektur 1 Saya disini Jabatan saya selaku Periura Diseminasi Dalam artian diseminasi itu Bagaimana kemudian Semua program-program Polri Didiseminasi Disebarkan ke masyarakat Berarti bapak di bagian multimedia ya **Multimedia Jabatan saya memang Analis dari Diseminasi** Berarti penyebaran Informasi dari Polda atau Tepatnya Humas Polda riau Itu bapak yang kelola ya pak Dan bapak yang menganalisis semuanya ya Ya tapi karena penelitianmu Di Instagram Saya kerucutkan aja Karena jabatan saya ini Tidak hanya mencakup Instagram aja semua media sosial Tapi saya Ada personil yang menjalankan Baik pak untuk topik pertama Itu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q**A**

Pembagian di Instagram Lalu bagaimana bapak Selaku ini Menetapkan tahap share ini Atau bagaimana langkah-langkah tahap share sebelumnya Dari dia memperoleh informasi Kemudian disebarluaskan ke masyarakat Itu bagaimana proses dari Polda mencakup seluruh pembagian Dari Polda pak?

“Kalau untuk share itu Maksudnya itu apa yang disebarluaskan Apa yang dilakukan Diseminasi kepada masyarakat tadi Kami melakukan itu Sesuai dengan apa yang Sudah merupakan **garis komando** Dari Dekat aja lah kemarin Nanti tidak sampai kedengeran Kedengeran itu? Jadi Sudah merupakan sebuah garis komando Jadi dari pimpinan Nanti ada hal-hal yang Harus Dibagikan Di share ke masyarakat Dan kemudian Kita disitu melakukan Olah produknya dulu, Jadi ada lagi perwirannya Jadi periuran Olah produknya Informasinya ya pak ya Jadi itu disebelah Bukan kami multimedia Jadi sebelumnya Saya keluar dulu Nanti ingatan saya balik nanti”

Humas itu ada tiga Di bawahnya itu Bidang Pumas Ada sub bid tiga di bawahnya **Bid penmas yang ujung Bid PID yang tengah Disini bid multimedia** Semua punya tugas masing-masingnya Jadi yang disebutkan tadi itu Dari tengah dulu PID dulu pak? Bukan PID dulu, memang mereka itulah yang terjun ke lapangan Untuk kemudian Mengambil data-data apai Nah dari PID itu Kemudian disharenya ke ujung sana Penmas tadi Dan kemari Penmas itu nanti didistribusikan kepada wartawan Fisik ya Nanti wartawan yang mungkin saja online Mereka sebarkan Dan juga disebarluaskan kemari Disini khusus untuk media sosial yang salah satunya adalah Instagram Jadi sampai disini Berita yang ada disini dengan yang disana itu beda sedikit Kalau disana Itu kan banyaknya media online Media online Wartawan-wartawannya Dan mereka mengemas produk Produk itu untuk media Tulis

Jadi mereka menganalisa disitu Jadilah sebuah berita Kalau disini ya lebih beragam Kalau untuk Facebooknya bagaimana Untuk Instagramnya bagaimana Twitter kan lebih singkat ya Kalau untuk TikTok lain lagi kan Model bahasanya kan beda-beda

Jadi saya nanti Disini saya olah Nah kemudian diolah Yang olahnya salah satunya Tim ahli kami Yang akan mengolah itu dalam bentuk meme Dan juga video Disini diolah Setelah itu saya cek Oh ini dah layak tayang Layak tayang dan kemudian baru Kami sebarkan ke semua media sosial Salah satunya adalah Instagram

Pak izin PID ini kepanjangannya dari apa?

PID itu **Pengolah PID pengolahan informasi Dan dokumentasi** Pengumpulan Tunggu dulu Pengumpulan ya pak ya Dokumentasi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informasi dan dokumentasi Baru ke penmas ya pak ya Bagi dua Cabang dua ke **penmasnya itu Itu disana Untuk yang news ya pak ya News berita online ya pak ya Maksudnya wartawan orangnya Nah kalau kami Cabang satu lagi kemudian media sosial Kita gak ketemu dengan orangnya Langsung ke media sosial Facebook, Instagram, Youtube, TikTok** Oke Berarti siapa Dalam pembuatan berita itu seluruh Bagian dari humas itu masuk Dalam partisipasi pak Berpartisipasi dalam mengumpulkan informasinya Kalau tadi kan pak ada tiga bagian Humas berarti ketiga-tiganya ini Kalau dalam Instagram berarti cuma PID dan multimedia saja yang diperankan ya Tidak Itu kan bagiannya bidang masing-masing Jadi pengumpulan Informasi dan dokumentasi mereka yang Mereka kelapangan

Misalnya contohnya realnya Yang ada disini adalah Misal Ada kejadian Kejadian Kapolda turun disitu PID lah yang meliput Dia yang ambil foto Dia yang ambil video Kemudian dari data-data dia tadi Dia bikin laporan ya karena sekarang Udah modelnya online kan Kami buat WA aja Disitu ada foto Disitu ada foto Disitu juga ada laporan kegiatannya Laporan kegiatannya lengkap tuh Laporan kegiatannya tuh Sampai disini menjadi meme Sampai disana menjadi Berita Jadi dari laporan tadi Kemudian ini tim Tim kreatifnya Pak untuk bagian multimedia Nih pak dari yang mengubah Ke bentuk memes Atau video real Dan tiktok itu siapa pak Yang berperan Dari multimedia kan pak Jadi disana tadi Kesana dia jadinya berita Kemari jadinya ada Dari sana kemarin masuk lagi ke tim Tim kreatif

Tim kreatifnya tuh siapa pak Nih orangnya salah satunya Boleh pak namanya siapa pak Tim kreatif saya tuh ada lima **Fandi namanya** Berarti itu tim kreatifnya Untuk seluruh media sosial pak Kalau instagram siapa pak Tim kreatif itu adalah Gak ada urusannya dengan media Tim kreatif itu yang mengolah data lagi Kan dari sana tadi tuh Foto mentah Video-video mentah Kemudian masuk ke saya, saya lempar ke tim kreatif Tim kreatif ini yang mengolah Apa bentuk meme Apa bentuk videonya Apa nih harus dipotong Tim kreatif ini memang tim edit

Berarti tim kreatif ini gak dibagi Untuk instagram, tiktok atau yang lain Kan produknya sama Jadi nanti diolah oleh Lima orang ini Lima orang Tim edit Salah satunya Fandi ini Dan kemudian setelah selesai Baru saya lempar ke tim operator Operator media sosial Operator ya pak ya Operator media sosial siapa pak Kalau instagram? **Kalau instagram Anggi namanya Tapi Anggi tidak bergerak sendiri** Ada timnya ya pak ya Enggak Dia sendiri memang Tapi kadang-kadang Subyek kita kan banyak Jadi ada masa Dimana Anggi nanti Enggak harus saya tugaskan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q

Kalau nanti ada Pakcik Gerak ke sana dulu Ambil data ini Pakcik nanti yang ke sana Nanti kita mungkin Perlu live nanti di instagram itu Pakciknya yang bergerak Tapi yang tugas utamanya Tugas utamanya kak Anggi ya Oke pak izin pak

Di pertanyaan kedua Itu dimana target audience bapak berada Sehingga kita bisa mendorong mereka Untuk berpartisipasi Maksudnya itu pak bagaimana Di bidang instagram aja ya pak ya Bagaimana instagram itu dapat Menggerakkan masyarakat untuk Ikut berpartisipasi dalam seluruh Informasi yang disebarluaskan di media sosial instagram?

A

Alat ukurnya kita memang belum punya Alat ukurnya belum punya Tapi kita mengukurnya itu Lebih kepada bagaimana Kemudian Paul Dariel itu merespon aja Jadi kalau misalnya ada sebuah informasi Ada sebuah informasi Kita suguhkan Istilahnya kan disini dapurnya Dari dapur Tim kreatif tadi Sudah dikahidangkan Ada respon dari masyarakat Tapi kalau alat ukur yang ada itu Ya tentu Berupa Injetmen Kemudian ya semualah itu Tentang Likes, komen dan share ya pak ya Semua bahasa-bahasa mesin disitu Kan terbaca Disitulah dan kemudian Selain dari itu Itu apa tadi? Partisipasi Partisipasi itu juga ada Kita yang namanya itu Tim Braga Itu semacam Sebuah ruang kontrol Ruang kontrol itu ya Kita menamakan itu cyber war **Ruang cyber war** itu ada Di lantai, itu kalau kalian Mau kesana Saya lihatkan itu nanti tv yang itu panjang Seluruh Riau Jadi ya Dengan alat-alat khusus kita itu Satu ruangan besar itu TV berderet semuanya Ada satu lagi ruangan khusus Di ruangan khusus itu Yang kita namakan war room Ruangan untuk **perang Media cyber** itu Disitu nanti bisa pantau semua Terkait Riau, media sosial Apa saja Kalau mereka memang Posting Riau Apa saja yang viral Baik pak

A

Sejauh ini pak Sejauh ini ada gak pak Komplen-komplen masyarakat yang masuk ke media Instagram Rumas atau laporan-laporan pak Misalnya ada kejadian di Rumba ini Pak Humas polda ini ada Kejadian di Rumba Gitu mengenai Becana alam atau bagaimana gitu ya pak ya Nah itu ditanggapi bagaimana Pihak Humas polda Sangat banyak Jadi Jangankan yang hilang motor Yang hilang ayamnya pun Hilang kucingnya pun yang lapor Dan kami selalu tambah Berarti itu ada ya pak ya di Instagram Ada Sandalan pun hilang ada yang lapor Jadi ya kita karena memang sudah punya Sudah Jadi pada saat Atau kita Pada saat kita terima Dan itu selalu kita respon Kalian bisa uji Ujilah Masuklah ke Khusus Instagram ya Kadang-kadang kalau yang di Facebook Agak lemah Tapi pasti dijawab Walaupun mungkin 1-2 hari 3 hari Tapi selalu kita respon Kenapa sampai Bisa lama Karena memang Ratornya 1 Sering kalau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q =

saya dulu Saya bilang ke Masyarakat Yang bertanya itu To the point Langsung ke topik masalah Kadang-kadang masyarakat itu kan Kita jawab lagi Waalaikumsalam Yang lain udah masuk lagi Jadi itu lama-lama Kita kan melihat daftar antrinya itu kan dari paling bawah Jadi begitu dia Assalamualaikum kita lagi jawab yang paling bawah Dan mau hampir dekat ke atas Dan hampir dekat ke atas Oh lagi ke bawah Waduh Jadi tambah lama Tapi yang jelas Kalau misalnya hal-hal yang memang Cepat dan mereka juga Responnya cepat bahkan Karena alat kita yang **di war room itu Kita bisa tahu walaupun dia Bukannya di Bukan di inbox kita Dia postingnya cuma di Akun dia Kita bisa pantau itu** Jadi kalau misalnya yang pertama yang terjadi Karena teknologi juga kita ada WA Itu di WA itu Langsung dikabarkan oleh Tim cyber Tim cyber di lantai 2 itu Ini ada kejadian langsung kita kesana Langsung dijawab Keluhan bapak akan kami layani Dan Perkembangan akan Kami lanjutkan Kami tindak lanjut Sering seperti Itu tadi berarti,

Tapi pak dari Hal-hal kayak gitu tuh ada gak pak Di media sosial instagram terutamanya pak Dia menceritakan tentang Masalah pribadinya Semua ya pak ya Mencakup semua masalah pribadi dan lain sebagainya Jadi apa yang Menjadi sebuah laporan bagi Masyarakat itu kita tampung Semua dan itu selalu Kita tindak lanjutin, coba matikan dulu Udah? Ini off the record Sebetulnya ini Saya ceritakan

Ini untuk yang menjawabin tadi ya Pak ya Lalu kalau yang kayak gitu Pak, bagaimana Humas membangun koneksi dengan masyarakat melalui Instagram? Bagaimana membangun koneksi?

Ga ada yang aneh-aneh, ga ada yang apa. Yang membangun itu kan dengan memposting Dan kemudian terjadi disitu diskusi dan interaksinya Kemudian juga ada yang melapor seperti tadi itu datangnya selalu langsung tanggapi Ya udah, gitu.

Berarti caranya dengan menanggapi seluruh informasi yang masuk ya, Pak?

Menganggap dan kemudian juga kami memberi informasi tentang kegiatan-kegiatan kepolisian. Seperti kapolda ini kan, udah sering ke kampus-kampus juga ada kegiatan green policing itu kan sangat digencarkan. Itu, ya itulah caranya.

Dan dengan membangun koneksi seperti itu, Pak, pasti ada dong, Pak, tantangannya. Dan bagaimana cara Humas menanggapi komentar-komentar negatif yang ada di Instagram terutama, Pak?

Tantangan itu... Saya nggak bicara khusus tentang Instagram ya, tapi secara umum ya, karena memang terjadi di semua lini bahwa baik itu di TikTok, di Facebook, termasuk salah satunya Instagram. Bagaimana

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudian kita membangun komunikasi tentang orang-orang yang juga tidak percaya dengan kepolisian itu satu hal yang wajar. Tapi apabila sudah keterlaluan misalnya, biasanya kita akan klik only you jadi kan dia yang cuma dia yang baca makin dia dulu pernah terjadi, kita hapus tapi kemudian mereka lebih heboh lagi lebih heboh lagi, lebih kencang lagi jadi ya, kita kan tidak bisa tidak bisa membuat orang itu senang 100% apalagi dengan kondisi yang memang saya kami kepolisian terakui bahwa ada beberapa orang yang mungkin membuat masyarakat marah kepada lembaga kopolisian dan itu pasti juga terjadi di lembaga mana saja bahwa kita tidak bisa sepenuhnya 100% bisa memuaskan masyarakat. Nah kondisi-kondisi seperti itulah kemudian kita manage. Itulah dia yang namanya manajemen media.

Memanagenya dengan cara seperti apa Pak?

Salah satunya seperti tadi yang komen negatif, yang kemudian protes apa aja. Kita sepanjang dia masih bisa kita arahkan, kita arahkan. Bentuk-bentuk komunikasi seperti itu kan banyak. Kalau dia baik-baik, kita akan layani baik-baik. Kalau dia sudah keluar dari jalur, yaudah seperti tadi. Kita tidak mungkin dan tidak ingin membungkam Seperti kemarin bahwa kami sedang ngapel, datang masyarakat. Jadi, masyarakat-masyarakat yang seperti itu yang nge-protest di media sosial milik dia. Media sosial itu kan sekarang udah marcek kalau saya bilang. media online milik pribadi kan gitu.Iya benar, media sosial ya Pak.Kalau kompas itu punya institusi, punya sebuah perusahaan. Ini kan perusahaannya gue gitu kan.Iya, kita sendiri ya Pak ya.Yang mengelola kita sendiri juga gitu ya Pak ya. Mereka sudah posting. Tapi ya, kita kan sesuai dengan prosedurnya.

Bagaimana cara menghadapi yang seperti itu?

Inilah agak kesulitan bagi Kepolisian bahwa kita menghadapi, ya kita sudah memberikan ruang untuk menjawab semua itu. Tapi, nah ini yang perlu dikandah kutip ya, keadilan bagi beberapa orang yang tidak mengerti hukum adalah pada saat hukum berpihak kepada dia. Itulah keadilan. Tapi begitu kita menerapkan aturan, oh, dia bilang kebun sawit ini bapak gue punya. Sementara orang yang lain ini, sertifikat ini punya bapak saya. Kan kita akan membela orang yang punya sertifikat tadi. Nah, begitu kita mengatakan bahwa ini adalah punyanya si ini, dia akan bilang bahwa hukum tumpul ke atas, tajam ke bawah. Saya selaku rakyat kecil, dizolimi. Kebun bapak saya 200 sektor, disita oleh polisi. Jadi, kan, sakaramu dewe kan? Iya, kalau misalnya polisi mengambil alih punya orang yang punya sertifikat tadi, kasih ke dia. Hukum memang benar-benar tergakkan di Indonesia. Jadi itu yang terjadi dan tantangan yang akan kami hadapi itu



A

Q =

A =

ya seperti itu. Kami tidak akan bisa memuaskan seluruh masyarakat. Tapi sepanjang bahwa kita mempunyai dasar, kita akan pegang dasar itu. Jadi ketidakpuasan-ketidakpuasan tadi itu sampai-sampai hal yang kalau menurut kami itu ada lucu banget. Itu terjadi di Rohul, bisa kalian lihat di tiktok itu. Sambil maki-maki polisi. Malah polisinya dia kemping di situ. Kami fasilitasi kempingnya itu. Jadi panggil brimob. Tenda brimob yang gede itu. Tenda brimob yang gede itu, kami berdirikan di situ untuk dia bermalam di situ. Dan dia bermalam pak? Memang! Seminggu mungkin ada tuh dengan tenda remote, kita pilihin tempat yang pinggir karena dia nggak mau pulang. Kalau nggak ditanggapi. Pagi malam dia bawa pakaian, bawa tasnya di situ. Kan keluarganya itu bawa tas.

Tantangan yang kami hadapi bahwa kami mau layani semua pertanyaan-pertanyaan masyarakat, tapi tentu kami tidak bisa menganggap... memberikan kepuasan 100% sesuai dengan pribadinya. Karena kita bukan berbicara atas nama pribadi. Kami berbicara atas hukumnya. Dan itulah yang menjadi dasar atau pijakan kami dalam berbicara

Lalu bagaimana Bapak berpartisipasi atau berkomunikasi autentika atau berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat itu bagaimana Pak? nih? Misalnya, bagaimana dari kejadian tadi, Bapak mendengar keluhan masyarakat, lalu bagaimana Bapak belajar dari hal-hal yang, oh ini salah. Pernah nggak seperti itu, Pak?

Kejadian seperti itu. Itu sudah di luar dari konteksnya HUMAS. Jadi, kalau misalnya kejadian-kejadian seperti tadi itu, kami dicecar di media sosial kami, tapi kami kan bukan, HUMAS ini kan bukan orang yang kemudian turun di kasus itu. Misalnya begini, masyarakat protes bahwa dia bikin konten. Bro, saya saat ini sedang berada di KuanSing, rupanya Kapolda itu bullshit, bohong. Lihat, begininya sungai. Nah, kalau dengan tanggapan hal-hal yang seperti itu, itu udah di luar konteksnya kami selaku humas. Paling-paling disitu kami, seperti yang tadi sudah saya katakan, kami kemudian datang ke media sosial dia, dan kami berikan jawaban pendek disitu. "Terima kasih atas laporan Bapak." Laporan ini akan kami catat dan akan kami tindak menyertti. Atau apa, tindakan lanjutnya akan segera kami berikan kepada pihak terkait.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3. Foto Dokumentasi Wawancara

1. Wawancara bersama Arloren Antoni Selaku Informan Kunci penelitian ini menjabat sebagai Kepala Disindik Bid Humas Polda Riau Pada Kamis 23 Oktober 2025, 20.00 WIB



2. Wawancara bersama Chriztian Victobaldo Kummeser Mofu Sebagai Tim Editing dan Creative Multimedia Humas Polda Riau Pada Senin 27 Oktober 2025, 14.00 WIB





UIN SUSKA RIAU

© **Hak cipta milik UIN Suska Riau**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Wawancara Bersama Anggia Eka Putra Sebagai Operator Media Sosial Instagram Humas Polda Riau Pada Senin 27 Oktober 2025, 16.00 WIB



4. Wawancara Bersama Arloren Antoni Selaku Informan Kunci penelitian ini menjabat sebagai Kepala Disindik Bid Humas Polda Riau Pada 1 November 2025





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOTO DOKUMENTASI



Observasi War Room Controling



Observasi War Room Controling





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Bersama Bapak Arloren Antoni (Informan Kunci)



Observasi sistem war room controlling



Wawancara Bersama Staf Multimedia



Wawancara Bersama Staf Dan Admin Instagram Humas Polda



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara bersama Staf Dan Admin Multimedia



Wawancara Bersama Staf Dan Admin Multimedia



Wawancara Bersama Informan Kunci