ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT

TUGAS AKHIR

Oleh:

ALYA KHALIZAH
2103110247

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap	:	**ALYA KHALIZAH**
NPM	:	2103110247
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal	:	Kamis, 17 April 2025
Waktu	:	Pukul 08.15 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP** (.....)

PENGUJI III : **Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua	Sekretaris
Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP	**Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom**

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap	:	**ALYA KHALIZAH**
NPM	:	2103110247
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT**

Medan, 25 Maret 2025

Pembimbing

FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0121058202

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc.,Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Alya Khalizah, NPM 2103110247, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 25 Maret 2025

Yang Menyatakan,

Alya Khalizah

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillahi Rabbil'alamin, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya, serta telah memberikan kesehatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan judul "Analisis Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas Polda Sumut". Disusun dengan tujuan memenuhi salah satu mata kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Peneliti mengucapkan ribuan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta peneliti Ayahanda Ali Tagor Nasution dan Ibunda Nurmawaty yang selalu ada setiap saat. Mereka yang selalu menjadi penyemangat peneliti untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini, yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungan baik moral maupun materil selama proses penyelesaian skripsi ini.

Saat menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan dan doa dari berbagai pihak, peneliti tidak akan bisa mencapai titik ini. Pada kesempatan ini, peneliti ingin secara khusus menyebutkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti selama penelitian:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Kepada Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara juga sebagai pembimbing peneliti yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan peneliti Ilmu dan pengalaman serta informasi terkait perkuliahan.
8. Seluruh Staff pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu saya dalam menyelesaikan administrasi perkuliahan sampai penyelesaian Skripsi.

9. Terima Kasih kepada narasumber yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada Fikri Al Azri Ritonga terima kasih banyak selalu menemani proses dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai dan juga selalu menemani dan membantu banyak hal. Terima kasih juga atas segala bantuan yang diberikan selama ini segera menyusul jadi sarjana dan sukses bersama.
11. Teman-teman Yola, Cici, Siha terima kasih atas dukungan yang penuh dan semangat untuk memotivasi saya dalam penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman Wulan dan Enda yang telah saling mengingatkan dalam mengerjakan skripsi ini, penulis ucapkan Terima Kasih.
13. Dan yang terakhir. kepada saya sendiri Alya Khalizah terima kasih atas kerja keras, semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Medan, 22 Maret 2025

Alya Khalizah

ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT

ALYA KHALIZAH
NPM: 2103110247

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi *platform* yang penting dalam komunikasi dan diseminasi informasi di era digital. Instagram menjadi salah satu *platform* efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Peranan media sosial seperti Instagram yang berbasiskan visual kemudian dimanfaatkan sebagai media diseminasi informasi oleh penyelenggara pemerintahan. Kepolisian Daerah Sumatera Utara merupakan salah satu instansi pemerintahan di Sumut. Rendahnya informasi masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga Polda Sumut, membuat pihak Polda Sumut harus memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media diseminasi informasi terkait instansi mereka. Adapun tujuan penulisan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas Polda Sumut. Metode penelitian deskriptif kualitatif yang diterapkan pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan objek masalah, yaitu efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media diseminasi informasi Humas Polda Sumut. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi kampanye menurut Nowak dan Warneyrd. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara Observasi, Wawawancara, dan Dokumendtasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukan Secara umum, media sosial Instagram terbukti efektif sebagai media diseminasi informasi oleh Humas Polda Sumut. Informasi yang disampaikan dapat menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan Instagram.

Kata Kunci: Diseminasi, Informasi, Instagram, Polda Sumut

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **ii**

ABSTRAK ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN **10**

1.1 Latar Belakang Masalah 10

1.2 Pembatasan Masalah 14

1.3 Rumusan Masalah 14

1.4 Tujuan Penelitian 14

1.5 Manfaat Penelitian 14

1.5.1 Manfaat Teoritis 14

1.5.2 Manfaat Akademis 15

1.5.3 Manfaat Praktis 15

1.6 Sistematika Penulisan 15

BAB II URAIAN TEORITIS **17**

2.1 Analisis Pemanfaatan 17

2.1.1 Analisis 17

2.1.2 Pemanfaatan 17

2.2 New Media 17

2.3 Media Sosial 18

2.4 Media Instagram 20

2.5 Media Diseminasi Informasi 21

2.5.1 Media 21

2.5.2 Diseminasi 21

2.5.3 Informasi 22

2.5.4 Media Diseminasi Informasi 23

2.6 Hubungan Masyarakat 25
2.7 Polda Sumut 25
2.8 Champaign Communication Theory 27
2.9 Anggapan Dasar 29
BAB III METODE PENELITIAN 30
3.1 Jenis Penelitian 30
3.2 Kerangka Konsep 30
3.3 Definisi Konsep 31
3.4 Kategorisasi Penelitian 32
3.5 Informan atau Narasumber 32
3.6 Teknik Pengumpulan Data 32
3.7 Teknik Analisis Data 33
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian 34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
4.1 Hasil Penelitian 35
4.2 Pembahasan 39
BAB V PENUTUP 46
5.1 Simpulan 46
5.2 Saran 46
DAFTAR PUSTAKA 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024 11
Gambar 2. 1 *Disemination and Use of Knowledge* 24
Gambar 2. 2 Profil Instagram Polda Sumut 26
Gambar 2. 3 Model Kampanye Nowak dan Warneyrd 27
Gambar 3. 1 Kerangka Konsep 31
Gambar 4. 1 Unggahan Konten Instagram Polda Sumut 42
Gambar 4. 2 Unggahan Konten Instagram Polda Sumut 43
Gambar 4. 3 Komentar pada Unggahan Instagram Polda Sumut 44

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian 32

Tabel 4. 1 Profil Narasumber 35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ditandai dengan berkembangnya jenis-jenis media, yang dikenal dengan istilah media baru. Salah satu bentuk media baru tersebut adalah media sosial (Indrawan *et al.*, 2023). Saat ini media sosial memiliki peranan penting bagi masyarakat, dengan melakukan berbagai kegiatan seperti pertukaran informasi maupun mencari informasi dinilai lebih cepat, mudah dan efektif. *Social media is something that is needed by humans in carrying out all routines in everyday life* (Media sosial adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia dalam menjalankan segala rutinitas dalam kehidupan sehari-hari) (Hidayat *et al*., 2022).

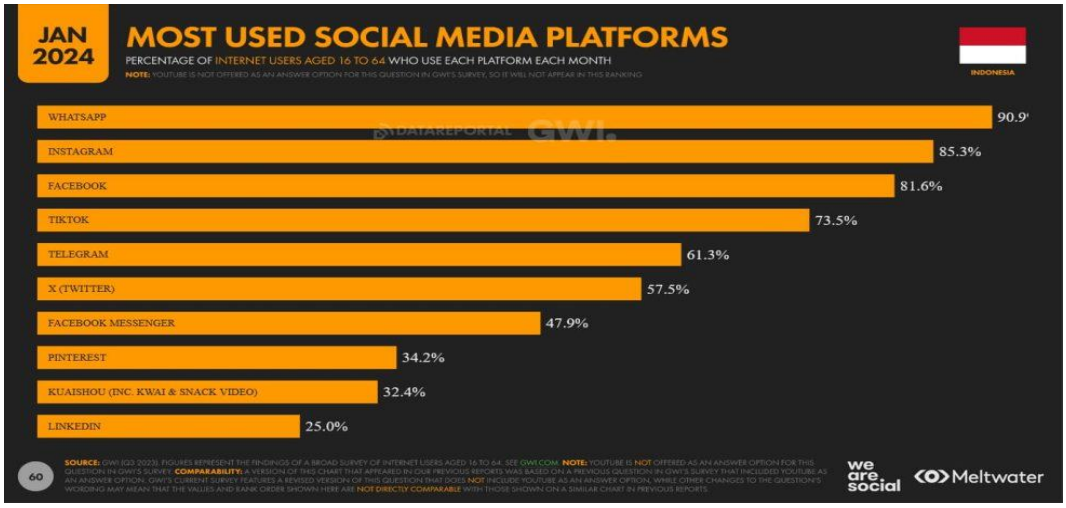
Media sosial telah menjadi *platform* yang penting dalam komunikasi dan diseminasi informasi di era digital. *The findings of previous research indicate that social media platforms have been widely adopted across different age cohorts, demonstrating their potential as efficient tools for rapid dissemination of information and effective promotion* (Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa platform media sosial telah diadopsi secara luas di berbagai kelompok usia, menunjukkan potensinya sebagai alat yang efisien untuk penyebaran informasi yang cepat dan promosi yang efektif) (Harahap *et al*., 2023).

This impacts the campaign model carried out with the main feature of using identity politics and the emergence of community polarisation. (Hal ini berdampak pada model kampanye yang dijalankan dengan ciri utama penggunaan politik identitas dan munculnya polarisasi masyarakat) (Lubis *et al*., 2024)

Kemudahan akses untuk melakukan komunikasi dan bertukar pengetahuan melalui media sosial menjadi perantara bagi lembaga dan masyarakat dalam menyajikan dan menerima informasi (Azzahra *et al*., 2023).

Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat di Indonesia, Instagram menjadi salah satu *platform* efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Meskipun media sosial Instagram memiliki kelebihan dan kelemahan, namun media Instagram merupakan media yang paling populer dalam menjalankan fungsinya (Waraningtyas *et al*., 2022). Berdasarkan data dari website Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025. By Andi Dwi Riyanto, pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 85,3% dari jumlah populasi.

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024



Sumber: https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

Strategi promosi di lembaga pemerintahan, saat ini banyak dilakukan dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (Firmansah S & Sungkono, 2023). Instagram sebagai halaman visual memiliki kekuatan sebagai medium untuk memberikan informasi terkait penyelenggaraan pemerintahan.

Pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh sebuah organisasi maupun instansi pemerintah dinilai sangat penting. Karena sebagai organisasi atau instansi pemerintahan penggunaan media sosial merupakan salah satu cara untuk menyebarluaskan mengenai informasi positif secara lebih masif, dan juga digunakan untuk mempromosikan terkait program dan kegiatan serta kinerja masing-masing. Sehingga dapat mendukung terbentuknya opini maupun persepsi yang baik di masyarakat (Damayanti *et al*., 2023). Media sosial yang menjadi alat paling mudah terjadi diseminasi karena siapa pun bisa menggunakan media sosial.

Strategi diseminasi atau penyerbarluasan informasi kepada publik menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pemerintah. Perkembangan teknologi membuat pemerintah harus melakukan adaptasi dengan perilaku publik yang berubah dalam berkomunikasi. Cara konvensional seperti memasang pengumuman di baliho, spanduk, koran, maupun di televisi kini dianggap kurang tepat dalam penyampaian informasi yang bersifat urgent. Kemudahan dan kenyamanan dalam mencari informasi kini ada pada genggaman tangan dimana kecanggihan *smartphone* atau ponsel pintar memberikan akses yang jauh lebih cepat dibandingkan media konvensional.

Peranan media sosial seperti Instagram yang berbasiskan visual kemudian dimanfaatkan sebagai media diseminasi informasi oleh penyelenggara

pemerintahan. Seperti informasi mengenai kinerja dan juga branding instansi diolah menggunakan komunikasi visual yang menarik sehingga tujuan dari penyampaian pesan kepada masyarakat tepat sasaran.

Salah satu penyelenggara pemerintahan yang memiliki kepentingan untuk menyebarluaskan informasi adalah Polri. Polri sebagai bagian dari penegak hukum telah berupaya berkontribusi menciptakan pemerintahan yang baik dan bersih dalam melakukan kewajibannya juga menciptakan rasa percaya di dalam kehidupan bermasyarakat. Kewajiban dan tugas kepolisian yang terlalu banyak membuat institusi ini menjadi salah satu institusi yang berkembang dengan cepat (Immanuel, 2022). Peran Polisi dalam Penanganan konflik sosial merupakan peran sentral sebagai alat negara yang bertugas memelihara keamanan, dan ketertiban masyarakat (Sinaga, 2019).

Kepolisian Daerah Sumatera Utara merupakan salah satu instansi pemerintahan di Medan yang bergerak dalam bidang pelayaanan, perlindungan dan pengayoman masyarakat (Sagala, 2018). Rendahnya informasi masyarakat terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga Polda Sumut, membuat pihak Polda Sumut harus memanfaatkan media sosial sebagai media diseminasi informasi terkait instansi mereka. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram oleh Polda Sumut, terutama dalam konteks diseminasi layanan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram Polda Sumut dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka peneliti memberikan judul untuk penelitian ini yaitu “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas Polda Sumut”.

1.2 Pembatasan Masalah

Agar penulisan penelitian ini tidak menyimpang dan lebih terarah dari tujuan yang semula direncanakan maka penulis menetapkan batasan masalah yang berfokus pada efektivitas diseminasi informasi yang dilakukan oleh Humas Polda Sumut pada akun resmi Instagram Polda Sumut.

1.3 Rumusan Masalah

Latar belakang masalah diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas Polda Sumut?**

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas Polda Sumut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan informasi, khususnya hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media diseminasi informasi,

1.5.2 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat memperdalam ilmu pengetahuan dan dapat menjadi sumber penelitian khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5.3 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada Humas Polda Sumut tentang sejauh mana Instagram dapat dioptimalkan sebagai sarana efektif dalam menyebarluaskan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat serta sebagai sarana aktualisasi diri peneliti terhadap teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dengan membandingkan fakta di lapangan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini akan diuraikan penjelasan tentang pengertian Media Sosial, Diseminasi Informasi, dan profil Humas Polda Sumut.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi Penelitian, Teknik

Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, serta Waktu dan Lokasi Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Analisis Pemanfaatan

2.1.1 Analisis

Analisis adalah penyampaian dalam suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (Ucu *et al*., 2018). Pengertian Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti, mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian dicari kaitannya lalu ditafsirkan maknanya.

Pengertian Analisis dapat juga diartikan sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut (Prawiro, 2020).

2.1.2 Pemanfaatan

Pengertian pemanfaatan adalah aktivitas menggunakan proses dan sumber belajar (Ucu *et al*., 2018). Pemanfaatan adalah merupakan proses atau cara perbuatan yang dapat bermanfaat dalam konteks penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial oleh Humas Polda Sumut untuk menyebarluaskan informasi.

2.2 New Media

Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dan ketersediaanya yang luas untuk pengunaan pribadi sebagai alat

komunikasi.dengan indikator (*Selectivity, Intentionally, Utilitarianism, involvement*) (McQuail & Izzati, 2011).

Menurut Flew dalam (Watie, 2016) *New media* adalah bentuk media yang menonjolkan aspek digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan dalam proses pembuatan dan penyampaian pesan.

2.3 Media Sosial

Media sosial adalah sarana komunikasi di era modern dengan basis digital komunikasi, media sosial penggunaanya adalah sebagai alat komunikasi atau penyampaian pesan antar individu atau banyak (Hidayat & Ginting, 2018). Media sosial bergantung pada teknologi berbasis *web* dan sekarang teknologi *seller* untuk menciptakan *platform* yang sangat interaktif untuk menjalin interaksi, berbagi, berdiskusi, dan memodifikasi konten yang dibuat pengguna. Perubahan universal ini secara signifikan mempengaruhi cara individu, komunitas, dan organisasi berkomunikasi (Quesenberry, 2019) dalam (Kencana *et al*., 2021). Sosial media tidak hanya sebagai media pencarian informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berekspresi dalam menuangkan ide dan kritikan terhadap isu yang sedang berkembang saat ini (Kencana *et al*., 2021).

Media sosial dapat memberikan manfaat sebagai media diseminasi informasi oleh lembaga penyelenggara pemerintahan, diantaranya :

a. Media sosial sebagai media komunikasi publik

   Hubungan masyarakat di lembaga pemerintah memiliki tanggung jawab untuk dapat menjadi penghubung antar lembaga pemerintah, lembaga pemerintah dengan lembaga-lembaga non pemerintah, lembaga

pemerintah dengan media, dan antara lembaga pemerintah dengan aparaturnya serta masyarakat luas (Kurniasih, 2013:1) dalam (Prabowo, 2021).

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Kementerian PANRB RI) pada 2012 telah menerbitkan Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Adapun asas-asas media sosial menurut pedoman dari Kementerian PANRB RI tersebut antara lain: pertama, faktual, yaitu informasi yang disampaikan melalui media sosial berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum; kedua, disampaikan melalui media sosial sehingga dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja dalam menyampaikan pesan secara benar, jujur, dan apa adanya; dan ketiga, keikutsertaan (*participation*) dan keterlibatan (*engagement*), yakni penyampaian informasi melalui media sosial yang diarahkan untuk mendorong keikutsertaan dan keterlibatan khalayak dengan cara memberikan komentar, tanggapan, dan masukan kepada instansi pemerintah.

b. Media sosial sebagai media alternatif penyimpanan arsip digital

Berbeda dengan dokumen fisik yang dapat disimpan di rak buku dan dapat memenuhi ruangan, dokumen digital menghabiskan sedikit ruang bahkan tidak menghabiskan ruangan sama sekali apabila disimpan dalam *cloud storage* (penyimpanan awan) (Prabowo, 2021).Maka benefitnya yang mampu mengurangi konsumsi ruangan fisik benar-benar bisa dirasakan.

c. Media sosial sebagai *media center*

Media center merupakan pusat komunikasi suatu instansi yang bertugas untuk memantau, mencari, menyimpan, menganalisis, mengolah, dan menyebarluaskan informasi, (Syahputra, 2019) dalam (Nanda *et al*., 2021).

d. Media sosial sebagai *media relations*

Media relations juga dipahami sebagai aktivitas kehumasan yang bertujuan untuk memperoleh publisitas yang maksimal dari media, agar terciptanya pemahaman publik mengenai instansi (Audina & Aruman, 2018).

Media sosial menyediakan platform interaktif yang dapat memfasilitasi komunikasi dua arah, memungkinkan Polda Sumut untuk berbagi informasi tentang program-program mereka serta menerima umpan balik dan partisipasi dari masyarakat.

2.4 Media Instagram

Salah satu media sosial yang sedang banyak diminati adalah Instagram. Instagram dianggap sebagai media sosial yang menarik karena media sosial ini fokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra dan hubungan *reciprocal* dibandingkan dengan media sosial lain yang berfokus pada kicaua dan fitur *Live* (Sakti & Yulianto, 2018).

Kegiatan masyarakat pada saat ini tidak luput dari bermain media sosial, bahkan saat berkumpul bersama keluarga dan dalam waktu kerja. Instagram digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan

dan tempat berkeluh kesah. Dengan Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya. Pemanfaatan media sosial telah menjadi fenomena yang signifikan dalam menyebarkan informasi di berbagai bidang, termasuk dalam konteks program-program yang dilakukan oleh Humas Polda Sumut.

2.5 Media Diseminasi Informasi

2.5.1 Media

Media adalah kepanjangan atau ekstensi dari pemikiran manusia, dengan demikian media memegang peran doniman dalam memengaruhi tahapan atau periodisasi sejarah (Ahmadi, 2020).

McLuhan bersama Quentin Fiore dalam (Ahmadi, 2020) menyatakan bahwa media pada setiap zamannya menjadi esensi masyarakat, ada empat era atau zaman dalam sejarah media, dan masing-masing era berhubungan dengan mode komunikasi dominan pada era bersangkutan, empat era tersebut adalah Kesukuan (*Tribal*), Tulisan (*Literate*), Cetak (*Print*), dan Elektronik. Dalam teori ekologi media (*Media Ecology*) disebutkan bahwa *"the study of media environments, the idea that technology and techniques, modes of information an codes of communication palay a leading role in human affairs"* (studi mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia).

2.5.2 Diseminasi

Diseminasi merupakan suatu aktivitas guna untuk ditujukan kepada masyarakat, baik itu kelompok maupun individu agar mereka mendapatkan

informasi. Sehingga dari informasi yang disampaikan ini dapat menimbulkan kesadaran dari masyarakat yang menerima dan memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi juga dapat diartikan sebagai penyebarluasan informasi, doktrin, pemikiran, kebijakan dan hasil penelitian (Sari, 2019). Diseminasi membuat seseorang mengalami perubahan kognitif (pengetahuan), afektif (sikap) dan spikomotorik (keterampilan) yang ada pada diri seseorang. Diseminasi sudah menjadi sesuatu yang banyak dilakukan oleh kebanyakan orang pada saat ini dengan sadar ataupun diluar kesadarannya.

2.5.3 Informasi

Menurut (Effendy *et al*., 2023) informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya, informasi akan diproses terlebih dahul agar penerima mudah memahami informasi yang diberikan.

Informasi memiliki ciri ciri yang menunjukkan bahwa itu adalah informasi, berikut adalah ciri ciri dari informasi:

1. Benar atau salah, dalam hal ini informasi berhubungan dengan kebenaran atau kesalahan terhadap kenyataan. Informasi memiliki dua golongan yaitu golongan informasi benar dan golongan informasi salah.
2. Baru, informasi harus benar-benar baru bagi si penerima belum pernah didengar oleh penerima.
3. Tambahan, informasi dapat memperbarui atau memberikan perubahan terhadap informasi yang telah ada.

4. Korektif, informasi dapat digunakan untuk melakukan koreksi terhadap informasi sebelumnya yang salah atau kurang benar.
5. Penegas, informasi dapat mempertegas informasi yang telah ada sehingga keyakinan terhadap informasi semakin meningkat.

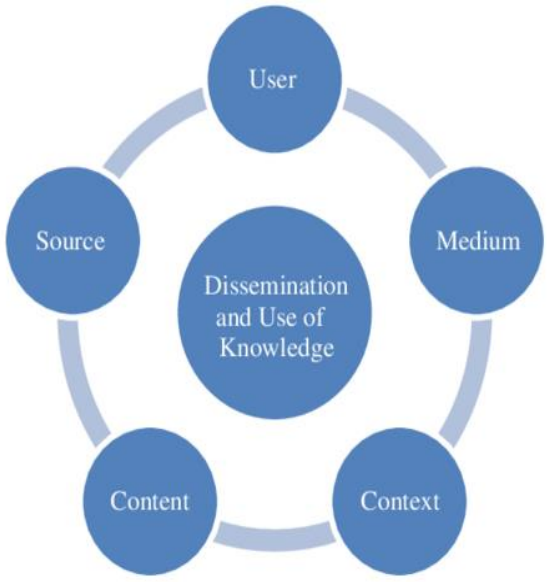
Ketika masyarakat mencari dan menerima informasi dari media sosial, terdapat empat sikap perilaku dan interaksi sosial yang mereka lakukan. Pertama, memperhatikan (*attention*). Masyarakat membaca, memperhatikan dan memahami secara keseluruhan tentang informasi tersebut. Kedua, mencari (*search*). Masyarakat mencari informasi yang diterima dengan cara melakukan kroscek secara mendalam untuk mengetahui kebenaran informasi dan mencari bukti. Ketiga, bertindak (*action*). Masyarakat bertindak dengan cara memberikan sebuah tanggapan dan respon seperti *like* (menyukai) dan *comment* (mengomentaari), Keempat, menyebarkan (*share*). Masyarakat membagikan (*share*) informasi tersebut kepada orang lain dengan tujuan agar mereka dapat mengetahui informasi tersebut (Utomo & Prayogi, 2021).

2.5.4 Media Diseminasi Informasi

Diseminasi informasi merupakan suatu kegiatan dalam penyebaran informasi, yang terencana, diarahkan, dan dikelola untuk ditunjukan kepada pengguna atau individu sehingga mereka memperoleh informasi (Alifha & R, 2022). Diseminasi informasi merupakan suatu fasilitas atau perantara dalam memberikan informasi kepada masyarakat atau suatu kelompok. Dan diseminasi informasi ini dapat dilakukan melalui media massa konvensional, media interpersonal dan media hibrida baru (Sari, 2019).

Potret perilaku sosial masyarakat terhadap penggunaan dan diseminasi media sosial menunjukkan bahwa mereka aktif menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi informasi kepada masyarakat lainnya, masyarakat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media untuk menyebarkan informasi seperti (1) Unggahan (*post*); (2) menyukai (*like*); (3) membagikan (*share*); (4) komentar (*comment*); (5) cerita (*story*); (6) siaran langsung (*live*).

Gambar 2. 1 *Disemination and Use of Knowledge*



Sumber : (Serrat, 2017)

Berdasarkan gambar diatas, diseminasi dipengaruhi oleh lima hal yang saling berhubungan, yaitu *source* (komunikator), *content* (pesan), *context* (konteks), *medium* (media), dan *user* (penerima) (Serrat, 2017) dalam (Winoto & Nur'Fadilla, 2022).

Aktivitas *government public relations* ialah melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi secara kontiniu untuk memperoleh dukungan dan pemahaman dari publik dengan tujuan untuk membangun reputasi instansi.

Government public relations merupakan paradigma kehumasan pemerintah yang baru, dimana semua lini memiliki tugas dan fungsi yang sejalan dengan aktivitas kehumasan pada pengelolaan diseminasi informasi (Nanda *et al*., 2021). Saluran komunikasi dalam diseminasi informasi pada Polda Sumut menggunakan *media relations* sebagai penunjang kinerja instansi dalam mensosialisasikan program *online*.

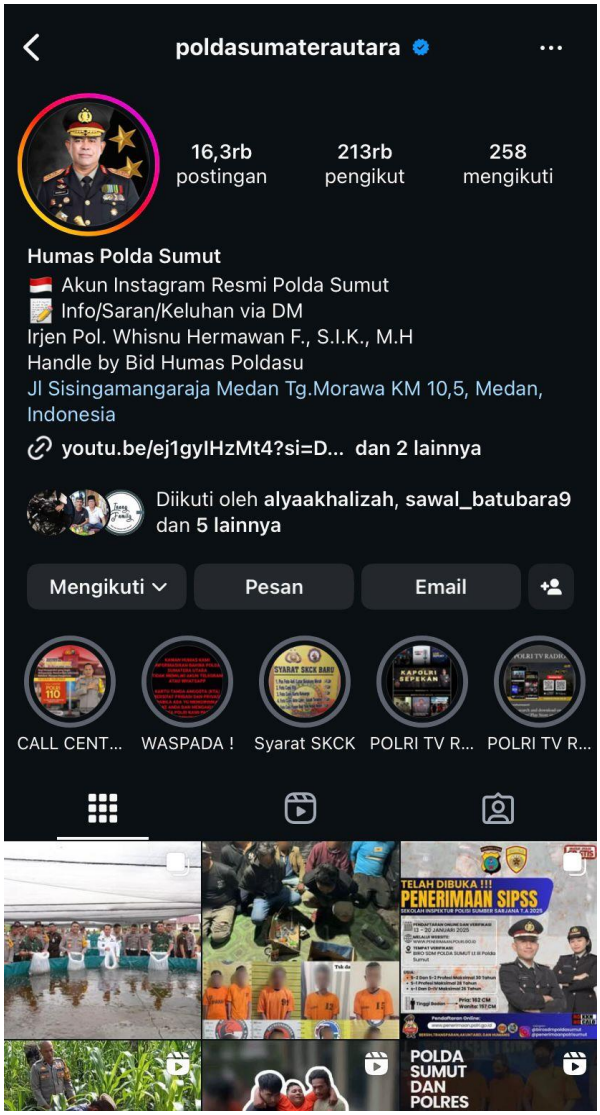
2.6 Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat atau humas adalah praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Manajemen humas itu sendiri merupakan suatu proses dalam menangani suatu rencana, komunikasi, dan koordinasi dengan tujuan agar dapat mencapai suatu tujuan yang sama, termasuk juga tujuan komunikasi dalam hubungan masyarakat (Yilfiana *et al*., 2021).

2.7 Polda Sumut

Humas Polda Sumut menggunakan akun Instagram dengan nama akun @poldasumaterautara yang telah berhasil menarik perhatian sebanyak 213.000 pengikut. Melalui akun ini, mereka secara aktif memberikan informasi penting seputar operasional dan kegiatan instansi Polda Sumut kepada masyarakat. Mulai dari layanan yang diberikan (*call center*), hingga informasi mengenai kebijakan dan kegiatan terbaru. Akun tersebut menjadi sumber yang dapat diandalkan bagi masyarakat di wilayah sekitar Sumatera Utara untuk mendapatkan pembaruan terkini tentang layanan yang disediakan oleh Polda Sumut.

Gambar 2. 2 Profil Instagram Polda Sumut



Sumber: Akun Instagram @poldasumaterautara

Strategi Humas Polda Sumut menjadi hal penting dalam melakukan perencanaan pesan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat luas. *Audiens* Instagram cenderung mengakses informasi ringan, serta mengatakan bahwa tipe pembaca itu beragam maka dari itu humas harus terus menerus mengalirkan informasi, dan juga memberikan isi pesan yang menarik, yang dapat disimpulkan bahwa humas harus mampu

mengolah pesan yang efektif dan memberikan pesan yang menarik untuk sampai kepada publiknya (Putri & Sutarjo, 2023).

Disisi lain (Amani, Djuwita, 2021) dalam (Putri & Sutarjo, 2023) dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa humas harus membantu manajemen organisasi, guna untuk mempertahankan responsif dalam mengolah dan mendapat informasi terkini, informasi yang disampaikan humas dituntut untuk mahir dalam mengolah pesan informasi atau pesan.

Dengan pemanfaatan Instagram oleh Humas Polda Sumut menjadi lebih dari sekadar sebuah alat untuk menyebarkan informasi. Ini adalah bagian dari upaya mereka untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengetahui informasi, dan menciptakan konten yang bermanfaat bagi pengikut mereka.

2.8 Champaign Communication Theory

Gambar 2. 3 Model Kampanye Nowak dan Warneyrd

Sumber : (Venus & Karyanti, 2007)

Pada model kampanye Nowak dan Warneyrd dalam (Duku, 2011) terdapat elemen-elemen kampanye yang harus diperhatikan :

1. *Intended effect* (efek yang diharapkan). Efek yang hendak dicapai harus dirumuskan dengan jelas. Dengan demikian, penentuan elemen-elemen lainnya akan lebih mudah dilakukan. Kesalahan umum yang sering terjadi adalah terlalu 'mengagung-agungkan' potensi efek kampanye sehingga efek yang ingin dicapai menjadi tidak jelas dan tegas.
2. *Competiting communication* (persaingan komunikasi). Agar suatu kampanye menjadi efektif, maka perlu diperhitungkan potensi gangguan dari kampanye yang bertolak belakang (*counter campaign*).
3. *Communication object* (objek komunikasi). Objek kampanye biasanya dipusatkan pada satu hal saja, karena untuk objek yang berbeda menghendaki metode komunikasi yang berbeda. Ketika objek kampanye telah ditentukan, pelaku kampanye akan dihadapkan lagi pada pilihan apa yang akan ditonjolkan atau ditekankan pada objek tersebut.
4. *Target population & receiving group* (populasi target dan kelompok penerima). Kelompok penerima adalah bagian dari populasi target. Agar penyebaran pesan lebih mudah dilakukan maka penyebaran pesan lebih baik ditujukan kepada *opinion leader* (pemuka pendapat) dari populasi target. Kelompok penerima dan populasi target dapat diklasifikasikan menurut sulit atau mudahnya mereka dijangkau oleh pesan kampanye. Mereka tidak membutuhkan atau tidak tepatnya pesan kampanye adalah bagian dari kelompok yang sulit dijangkau.
5. *The channel* (saluran). Saluran yang digunakan dapat bermacam-macam tergantung karakteristik kelompok penerima dan jenis pesan kampanye. Media

dapat menjangkau hampir seluruh kelompok, namun bila tujuannya adalah mempengaruhi perilaku maka akan lebih efektif bila dilakukan melalui saluran antarpribadi.

6. *The message* (pesan). Pesan dapat dibentuk sesuai dengan karakteristik kelompok yang menerimanya. Pesan juga dapat dibagi kedalam tiga fungsi yaitu: menumbuhkan kesadaran, mempengaruhi, serta memperteguh dan meyakinkan penerima pesan bahwa pilihan atau tindakan mereka adalah benar.
7. *The communicator/sender* (komunikator/pengirim pesan). Komunikator dapat dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya seorang ahli atau seorang yang dipercaya khalayak, atau malah seseorang yang memiliki kedua sifat tersebut. Pendeknya komunikator harus memiliki kredibilitas dimata penerima pesan.
8. *The obtained effect* (efek yang dicapai). Efek kampanye meliputi efek kognitif (perhatian, peningkatan pengetahuan dan kesadaran), afektif (berhubungan dengan perasaan, mood dan sikap), dan konatif (keputusan bertindak dan penerapan.

2.9 Anggapan Dasar

Anggapan dasar adalah suatu hal yang diyakini kebenarannya oleh peneliti yang harus dirumuskan secara jelas. Adapun anggapan dasar dalam penelitian ini adalah salah satu media yang efektif dalam menyebarkan informasi mengenai Polda Sumut adalah media sosial Instagram.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan objektif partisipatif terhadap suatu gejala (fenomena) sosial (Harahap, 2020).

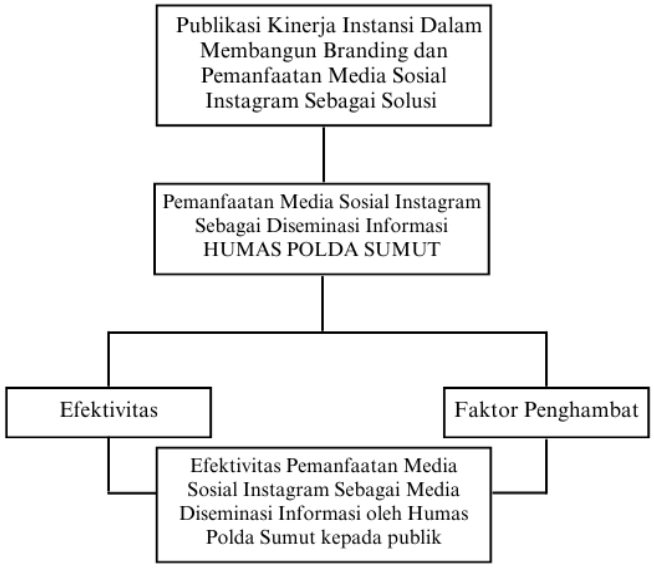
Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif. Karakteristik dari deskriptif sendiri adalah data yang diperoleh berupa kata- kata, gambar, dan bukan angka-angka seperti penelitian kuantitatif (Rusandi & Rusli, 2021).

Metode penelitian deskriptif kualitatif yang diterapkan pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan objek masalah, yaitu efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media diseminasi informasi Humas Polda Sumut.

3.2 Kerangka Konsep

Berdasarkan judul penelitian, maka kerangka konsep yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

3.3 Definisi Konsep

Berdasarkan kerangka konsep tersebut, menunjukkan arah penelitian yang dilakukan peneliti pada rendahnya informasi masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansi Kepolisian Daerah Sumatera Utara. Kemudian Polda Sumut mempublikasikan kinerja instansinya dengan memanfaatan media sosial. Analisis pemanfaatan media sosial Humas Polda Sumut sebagai media diseminasi informasi setiap kegiatan yang dilakukan dan juga informasi kejadian yang terjadi disekitar Sumatera Utara, baik berupa kejahatan masyarakat, informasi operasi lalu lintas dan informasi kegiatan yang dilakukan anggota Polda Sumut. Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki sejauh mana efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram Humas Polda Sumut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih berhati-hati dalam berkendara dan juga dalam melakukan suatu Tindakan. Penelitian ini juga

menganalisis interaksi dan respons masyarakat terhadap konten informasi yang diposting di Instagram.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep, maka dapat di bentuk kategorisasi penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

No	Uraian Teoritis	Kategorisasi
1.	Pemanfaatan media sosial Instagram oleh HUMAS POLDA SUMUT	• Pemanfaatan
2.	Diseminasi Informasi	• Content (pesan) • User (penerima)
3.	Efektivitas	• Pencapain Tujuan • Tepat sasaran

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

3.5 Informan atau Narasumber

Adapun kriteria informan yang dipilih oleh peneliti yaitu Ps Paur Pemanalis (penyidik staf, pembantu urusan, penerimaan dan analisis) Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH.

Selanjutnya informan penelitian ini yang berasal dari masyarakat adalah tiga masyarakat yang menjadi pengikut di Instagram Polda Sumut yang akan memberikan tanggapan dan perspektif yang lebih luas mengenai informasi yang disebarkan oleh Humas Polda Sumut melalui *platform* Instagram.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara

langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya atau responden dengan menggunakan alat yang digunakan *Interview Guide* (panduan wawancara) (Fatimah & Usman, 2017). Wawancara dilakukan secara tatap muka, di mana peneliti berinteraksi secara langsung dengan narasumber untuk menggali informasi yang mendalam dan akurat.

Metode observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan pancaindera (Annisa *et al*., 2023). Observasi dilakukan baik secara langsung terhadap subjek penelitian, maupun secara tidak langsung melalui konten yang di posting pada akun Instagram Polda Sumut.

Teknik atau studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil atau hukum-hukum dan lain-lain (Annisa *et al.*, 2023). Dokumentasi pada saat mengumpulkan data dilapangan atau pada saat melakukan wawancara.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber. Data yang telah dianalisis tersebut dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dapat dilakukan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut (Mekarisce, 2020). Proses analisis data dilaksanakan oleh peneliti berlangsung secara berkelanjutan melalui empat tahapan yaitu:

1. Pengumpulan Data

   Pada tahap ini, peneliti mencatat data secara objektif dan sesuai dengan fakta yang ditemukan selama proses penelitian dan pengumpulan data di lapangan.

2. Reduksi Data

   Pada tahap ini, peneliti memilih, mennyusun, dan mengubah data kasar yang diperoleh dari catatan pada saat penelitian dilapangan.

3. Penyajian Data

   Pada tahap ini, peneliti mengaudit, mengorganisir, dan mengelompokkkan data sehingga menghasilkan gambaran yang bersifat deskriptif.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Akhir

   Pada tahap ini, peneliti meninjau ulang terhadap data yang diperoleh dilapangan untuk menarik Kesimpulan yang kemudian diuji untuk menilai kebenarannya dan memastikan validitasnya.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dimulai dari Desember 2024 – Maret 2025. Penelitian ini difokuskan di Polda Sumut Jl. Sisingamangaraja Km. 10,5 No. 60, Timbang Deli, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20148. Dengan berfokus pada lokasi ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman efektivitas media diseminasi informasi di lingkungan Polda Sumut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini merupakan hasil dari serangkaian proses yang mencakup wawancara dengan Ps Paur Pemanalis (penyidik staf, pembantu urusan, penerimaan dan analisis) Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH berikut penjelasan hasil wawancara dengan informan kunci. Selanjutnya informan penelitian ini yang berasal dari masyarakat adalah tiga masyarakat yang menjadi pengikut di Instagram Polda Sumut.

Adapun data informan dari hasil penelitian ini yaitu:

Tabel 4. 1 Profil Narasumber Masyarakat

No	Nama	Inisial	Usia	Pekerjaan	Tanggal Wawancara
1.	Iqbal	I	22 Tahun	Wirausaha	5 Maret 2025
2.	Zidan	Z	21 Tahun	Mahasiswa	16 Maret 2025
3.	Fikri	F	21 Tahun	Mahasiswa	17 Maret 2025

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Menurut Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH. Tujuan utama penggunaan Instagram oleh Polda Sumut adalah untuk mengatasi pandangan negatif yang mungkin ada di masyarakat terhadap lembaga tersebut, terutama dengan melakukan diseminasi informasi mengenai isu-isu yang sedang *trending* di masyarakat.

Selanjutnya, Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH menekankan pentingnya Instagram sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

> "Tujuannya agar masyarakat mendapat informasi yang akurat dan merata yang bisa diakses masyarakat pengguna media sosial, mengingat perkembangan teknologi di era 4.0 ini menjadi faktor utama untuk menuju kepolisian yang semakin *modern*" (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Di era digital, media sosial telah mengubah lanskap komunikasi publik secara signifikan. Instagram, sebagai salah satu *platform* media sosial yang populer, menawarkan potensi besar untuk diseminasi informasi. Institusi publik seperti kepolisian semakin menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan dengan masyarakat, menyebarkan informasi, dan meningkatkan citra positif.

Humas kepolisian memiliki peran krusial dalam menyampaikan informasi kepada publik, membangun kepercayaan, dan mengelola citra institusi. Dalam era digital, humas kepolisian dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi masyarakat, yang semakin mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi. Instagram, dengan fokus pada konten visual, menawarkan keunggulan dalam menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami.

> "Instagram si karna kan udah mencakup semuanya kan mulai dari editannya juga udah oke kok" (Wawancara dengan pengikut akun Instagram Polda Sumatera Utara)

Fitur-fitur seperti postingan foto dan video, Instagram *Stories*, dan fitur interaktif lainnya memungkinkan humas kepolisian untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Humas Polda Sumut menunjukkan pemanfaatan yang cukup baik terhadap berbagai fitur Instagram. Mereka tidak hanya mengandalkan unggahan foto statis, tetapi juga memanfaatkan video, Instagram *Stories*, dan *Reels* untuk menciptakan konten yang lebih dinamis.

Polda Sumut, sebagai institusi kepolisian di wilayah Sumatera Utara, memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait keamanan, pelayanan publik, dan kegiatan kepolisian lainnya.

> "Pengungkapan kasus, kegiatan humanis kepolisian, update situasi kamtibmas, update situasi arus lalu lintas, himbauan kamtibmas dan lain-lain" (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Pemanfaatan media sosial Instagram diharapkan dapat meningkatkan efektivitas diseminasi informasi dan memperkuat hubungan antara Polda Sumut dan masyarakat.

> "Interaksi yang kooperatif, dimana kepolisian mengharapkan adanya kerjasama dan pertukaran informasi yang cepat dan akurat untuk tujuan bersama menciptakan situasi kamtibmas yang kondusif" (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Konten yang diunggah oleh Humas Polda Sumut sebagian besar bersifat informatif dan edukatif.

> “Strategi yang dilakukan dengan menjadi yang paling pertama dalam menginformasikan seputar situasi kamtibmas atau penyelesaian suatu kasus di *platform* ataupun media sosial yang dimiliki Humas Polda Sumut, contoh: *update* arus mudik, *press release* kasus narkotika atau kejahatan lainnya” (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Akun Instagram Humas Polda Sumut menunjukkan tingkat interaksi yang cukup baik dengan masyarakat. Hal ini terlihat dari jumlah *likes*, komentar, dan shares pada setiap unggahan. Penyampaian informasi yang akurat dan terpercaya, serta respon yang baik terhadap komentar masyarakat, membantu membangun penerimaan terhadap pesan yang disampaikan.

> “Kalau interasi paling ya *like* postingan kan sama *share* ke temen gitu terkait dengan informasi yang masuk ke kita” (Wawancara dengan pengikut akun Instagram Polda Sumatera Utara)

Humas Polda Sumut menghadapi tantangan dalam menangani komentar negatif dan hoaks yang beredar di media sosial.

> “Tentunya komentar negatif dari masyarakat yang merasa belum terlalu puas dengan kinerja polri”. (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Secara umum, media sosial Instagram terbukti efektif sebagai media diseminasi informasi oleh Humas Polda Sumut. Informasi yang disampaikan dapat menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda yang aktif

menggunakan Instagram. Hal tersebut dapat dilihat pada banyaknya *followers* usia muda pada Instagram Polda Sumut dan juga narasumber yang peneliti wawancara.

> "Ya rasa saya sudah efektif tergantung orang yang menerima informasi itu lagi" (Wawancara dengan pengikut akun Instagram Polda Sumatera Utara)
>
> "*Engagement* Instagram Polda Sumut menjadi salah satu indikator untuk mengukur efektivitas Instagram Polda Sumut. Apakah sudah memyebarluas atau belum. Selain itu juga penambahan followers baru di Instagram Polda Sumut juga menjadi tolak ukur informasi yang disediakan efektif tersebar atau tidak". (Wawancara dengan Ps Paur Pemanalis Multimedia Bid Humas Polda Sumut Ipda Dieny Chairunnisa, SH)

Humas Polda Sumut perlu mengembangkan strategi konten yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Peningkatan kualitas interaksi dengan masyarakat, seperti respons yang lebih cepat dan personal, dapat meningkatkan efektivitas diseminasi informasi. Pemanfaatan data analitik Instagram dapat membantu Humas Polda Sumut untuk memahami preferensi khalayak dan mengevaluasi efektivitas konten.

4.2 Pembahasan

1. *Intended Effect* (Efek yang Diharapkan)

Efek yang diharapkan dari pemanfaatan Instagram oleh Polda Sumut adalah untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai isu-isu keamanan, memperkuat citra positif kepolisian, dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya keamanan dan ketertiban. Selain itu, Polda Sumut juga berharap agar masyarakat lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan oleh pihak kepolisian dan

memiliki pemahaman yang lebih baik tentang peran serta tugas kepolisian dalam masyarakat.

Polda Sumut berhasil mencapai efek yang diharapkan dengan meningkatnya keterlibatan *audiens*, yaitu melalui interaksi yang lebih tinggi dalam bentuk komentar, *likes*, dan *shares* di Instagram. Audiens menunjukkan minat dan respons positif terhadap konten yang disebarkan, yang mengindikasikan bahwa kesadaran dan pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan telah meningkat sesuai dengan efek yang diharapkan.

2. *Competing Communication* (Persaingan Komunikasi)

Persaingan komunikasi merujuk pada tantangan yang dihadapi oleh pengirim pesan dalam menghadirkan pesan mereka di tengah berbagai informasi lain yang juga beredar di ruang publik. Di era digital saat ini, informasi melalui media sosial sangat cepat tersebar dan sangat kompetitif, baik itu informasi dari sumber yang sahih maupun yang tidak jelas kebenarannya.

Polda Sumut menghadapi persaingan komunikasi yang cukup ketat dengan berbagai sumber informasi lain di media sosial, seperti hoaks, berita sensasional, atau bahkan informasi dari pihak lain yang mungkin merugikan citra kepolisian. Namun, dengan menggunakan strategi yang tepat dalam konten visual dan interaksi yang transparan, Polda Sumut mampu bersaing dalam menarik perhatian masyarakat pengguna Instagram dan mempertahankan kredibilitas informasi yang disampaikan.

3. *Communication Object* (Objek Komunikasi)

Objek komunikasi adalah topik atau isu yang menjadi inti dari pesan yang

disampaikan. Dalam kasus Polda Sumut, objek komunikasi mencakup informasi seputar keamanan, hukum, kebijakan kepolisian, dan kegiatan yang dilakukan oleh Polda Sumut untuk menjaga ketertiban di masyarakat.

Objek komunikasi ini sangat relevan dengan kebutuhan publik yang ingin mendapatkan informasi terkait dengan keselamatan dan ketertiban. Dengan memilih objek komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan *audiens*, Polda Sumut mampu menciptakan hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

4. *Target Population & Receiving Group* (Populasi Target dan Kelompok Penerima)

Populasi target dan kelompok penerima adalah audiens yang menjadi sasaran utama dari pesan yang disampaikan. Polda Sumut menargetkan seluruh masyarakat yang menggunakan Instagram, termasuk individu yang mungkin tidak memiliki keterlibatan langsung dengan kepolisian namun tetap membutuhkan informasi terkait keamanan dan ketertiban umum.

Populasi target yang diharapkan oleh Polda Sumut adalah masyarakat umum yang aktif menggunakan media sosial. Kelompok penerima yang terlibat dalam interaksi di Instagram menunjukkan bahwa populasi target ini berhasil dijangkau dengan baik. Audiens terlibat aktif dalam berbagai bentuk interaksi, termasuk memberikan komentar, menyukai postingan, atau membagikan informasi kepada orang lain.

5. *The Channel* (Saluran)

Saluran adalah media atau *platform* yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam penelitian ini, saluran yang digunakan oleh Polda Sumut adalah

Instagram, yang merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, terutama di kalangan anak muda.

Instagram sebagai saluran komunikasi terbukti sangat efektif. Platform ini memungkinkan Polda Sumut untuk menyebarkan pesan dengan cepat dan langsung menjangkau audiens yang lebih luas melalui fitur visual yang menarik. Instagram juga mendukung komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan tanggapan secara langsung melalui komentar atau pesan pribadi.

6. *The Message* (Pesan)

Pesan yang disampaikan oleh Polda Sumut melalui Instagram mencakup informasi yang berhubungan dengan kegiatan kepolisian, pengumuman terkait keamanan, serta edukasi kepada masyarakat mengenai peraturan dan prosedur yang berlaku. Pesan ini dikemas dalam bentuk gambar, video, dan infografis untuk mempermudah pemahaman audiens.

Gambar 4. 1 **Unggahan Konten Instagram Polda Sumut**

Sumber: Akun Instagram @poldasumaterautara

Pesan yang disampaikan dalam bentuk visual (foto, video, infografis) terbukti lebih mudah diterima dan lebih efektif dalam menarik perhatian audiens. Polda Sumut berhasil mengkomunikasikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, yang meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan yang mereka selenggarakan.

7. *The Communicator/ Sender* (Komunikator/Pengirim Pesan)

Komunikator atau pengirim pesan dalam penelitian ini adalah Polda Sumut sebagai institusi kepolisian yang bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi kepada publik. Sebagai pihak yang memiliki kredibilitas dan otoritas dalam masalah hukum dan keamanan, Polda Sumut menjadi sumber pesan yang terpercaya.

Gambar 4. 2 Unggahan Konten Instagram Polda Sumut

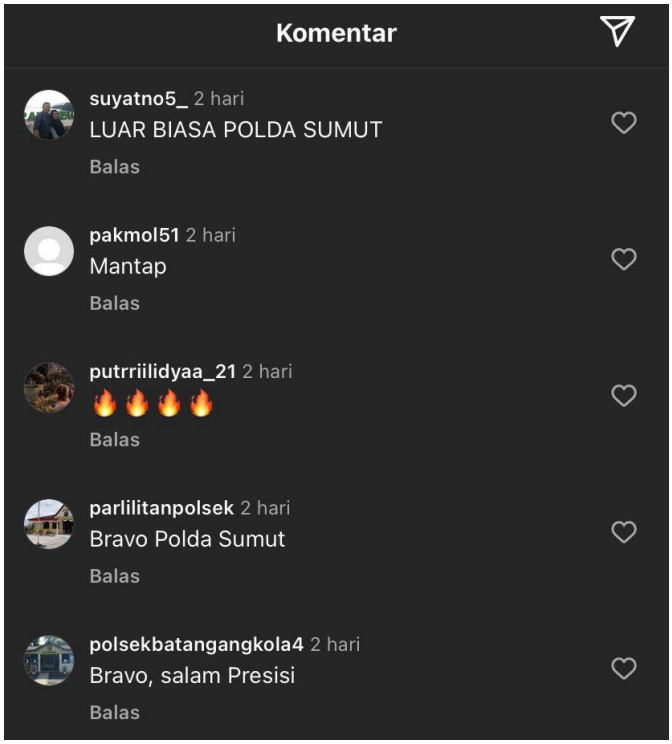
Sumber: Akun Instagram @poldasumaterautara

Polda Sumut, sebagai komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi di mata masyarakat, mampu menyampaikan pesan dengan otoritas yang diterima dengan baik. Kredibilitas Polda Sumut membantu memperkuat pesan yang disampaikan dan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap informasi yang diberikan.

8. *The Obtained Effect* (Efek yang Dicapai)

Efek yang dicapai merujuk pada dampak yang dihasilkan dari pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, Polda Sumut mengukur efektivitas komunikasi dengan melihat tingkat interaksi *audiens*, seperti jumlah *likes*, komentar, dan *share* pada setiap postingan. Selain itu, mereka juga memperhatikan sejauh mana pesan tersebut mempengaruhi kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu keamanan.

Gambar 4. 3 Komentar pada Unggahan Instagram Polda Sumut



Sumber: Akun Instagram @poldasumaterautara

Efek yang dicapai terlihat dari tingginya tingkat interaksi *audiens* dengan konten yang diposting. *Audiens* menunjukkan perhatian yang besar terhadap pesan yang disampaikan melalui Instagram, yang menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun oleh Polda Sumut berhasil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu yang terkait dengan keamanan dan ketertiban. Namun, tantangan yang harus dihadapi adalah menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan serta menangani respons negatif yang mungkin timbul dari masyarakat.

Melalui penjelasan di atas, kita bisa melihat bahwa pemanfaatan Instagram oleh Polda Sumut dalam diseminasi informasi berhasil mencapai banyak dari elemen-elemen komunikasi kampanye yang diharapkan. Relevansi Teori komunikasi kampanye Nowak dan Warneryd yang menekankan pada tahapan atensi, pemahaman, penerimaan, dan retensi, relevan dalam menganalisis pemanfaatan Instagram oleh Humas Polda Sumut. Humas Polda Sumut telah berusaha untuk menarik atensi dengan konten yang menarik secara visual. Penggunaan saluran yang tepat (Instagram), penyampaian pesan yang efektif, serta kemampuan untuk bersaing dalam lingkungan komunikasi yang kompetitif, memberikan dampak positif dalam membangun komunikasi yang lebih kuat antara Polda Sumut dan masyarakat. Namun, tantangan dalam mengelola interaksi negatif tetap menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai efek yang lebih optimal di masa mendatang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Tujuan utama penggunaan media sosial Instagram sebagai media utama untuk menyebarluaskan informasi terkait Instansi Kepolisian yang berada didaerah Sumatera Utara dan juga isu-isu yang terjadi disekitar wilayah Sumatera Utara.
2. Strategi yang dilakukan yaitu dengan menyajikan konten secara aktif yang menarik dan informatif, *update* dan memastikan konten mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat pengguna Instagram.
3. Efektivitas Instagram Polda Sumatera Utara diukur melalui berbagai indikator, seperti *engagement* atau jumlah *followers* yang bertambah, interaksi *followers* seperti *like, komen dan share*.
4. Humas Polda Sumatera Utara mendorong partisipasi *followers* melalui konten yang menarik dan informatif.

5.2 Saran

Optimalisasi penggunaan Instagram sebagai media diseminasi Humas Polda Sumut yang harus terus *update* dan meningkatkan kualitas konten yang disajikan, dari segi kualitas gambar, dan audio visualnya agar terus menarik perhatian dari masyarakat pengguna Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *4*(1).

Alifha, & R, H. F. D. (2022). Efektivitas Strategi Cyber Government Public Relations dalam Diseminasi Informasi Kesehatan sebagai Bentuk Komunikasi Krisis. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, *5*(06.). https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i06..922

Annisa, F., Wulandari, R., & Putri, A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, *1*(No 3).

Audina, S., & Aruman, A. E. (2018). Strategi Media Relations Dalam Program Csr Geopark Ciletuh: Studi PT Bio Farma. *Jurnal Riset Komunikasi*, *1*(2). https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i2.36

Azzahra, A. P. F., Khadijah, U. L. S., & Rodiah, S. (2023). Diseminasi Melalui Program Podcast Sebagai Media Edukasi Tentang Situs Batu Kalde Di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(6). https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.992

Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Pikma : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, *6*(1). https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308

Duku, S. (2011). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, *12*(2).

Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, *5*(2).

Fatimah, N. E., & Usman, N. (2017). Implementasi Pendidikan Karakter dalam Pembelajaran Fiqih Di MI Al Islam Tonoboyo Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang. *Tarbiyatuna*, *8*(1).

Firmansah S, & Sungkono. (2023). Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial Pada Badan Pusat Statistik Karawang. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(3). https://doi.org/10.55606/optimal.v3i3.1791

Harahap. (2020). Penelitian Kualitatif (Dr. Nursapia Harahap, M.A.) (z-lib.org). In *Penelitian Kualitatif* (Vol. 6, Issue August).

Harahap, M. S., Khadafi, R., Hasibuan, E. J., Saputra, A., Hardiyanto, S., & Lubis, F. H. (2023). Social media and optimization of the promotion of Lake Toba tourism destinations in Indonesia. *Computer Science and Information Technologies*, *4*(3). https://doi.org/10.11591/csit.v4i3.p208-216

Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTMA)*.

Hidayat, F. P., Lubis, F. H., Hardiyanto, S., Ananda, F. R., & Anfasa, I. (2022). The Impact of Social Media Use on Adolescents. *Proceedings of the International Conference on Communication, Policy and Social Science (InCCluSi 2022)*, *682*. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7_22

Immanuel, F. (2022). Analisis Yuridis Peran Propam Kepolisian Daerah Sumatera Utara Dalam Melakukan Penegakan Hukum Terhadap Anggota Kepolisian. *Jurnal Retentum*, *5*(1). https://doi.org/10.46930/retentum.v5i1.3715

Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1). https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519

Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRA-ITH Humaniora : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *6*(2). https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1509

Lubis, F. H., Nasution, F. A., & Harahap, R. H. (2024). The Commodification of Religious Rituals: Representations of Political Actors in Indonesian Elections. *Pharos Journal of Theology*, *105*(2). https://doi.org/10.46222/pharosjot.105.214

McQuail, D., & Izzati, P. I. (2011). Teori komunikasi massa McQuail edisi 6 buku 1. *Northern Lights*, *12*(1).

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan MAasyakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, *12*(3). https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102

Nanda, F., Wirman, W., & Firdaus, M. (2021). Aktivitas Government Public Relations dalam Mengelola Diseminasi Informasi City Branding Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Komunikasi*, *4*(1), 1–17.

Prabowo, T. T. (2021). Analisis Konten Media Sosial Arsip UGM di Masa

Pandemi Covid-19: Peluang dan Tantangan. *Khazanah: Jurnal Pengembangan Kearsipan*, *14*(2). https://doi.org/10.22146/khazanah.61730

Prawiro, M. (2020). Pengertian Analisis: Arti, Turunan Kata, dan Contoh Penggunaannya. *Www.Maxmanroe.Com*.

Putri, Y. D., & Sutarjo, M. A. S. (2023). Strategi Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam Mengelola Media Sosial Instagram @humas_bandung. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(5). https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.1587

Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, *2*(1). https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18

Sagala, J. R. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Dalam Penentuan Jabatan Kapolres Di Jajaran Kepolisian Daerah Sumatera Utara (Polda Sumut)Dengan Metode Simple Additive Weight (Saw). *Journal Of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing*, *1*(1). https://doi.org/10.47709/cnapc.v1i1.4

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja [Use of Instagram Social Media in Establishing Youth Identity]. *Interaksi-Online*, *6*(4).

Sari, F. K. (2019). Ria Sw dan Arief Muhammad Vlog Sebagai Medium Diseminasi Informasi dan Kreativitas. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, *4*(1). https://doi.org/10.20961/jpi.v4i1.33810

Serrat, O. (2017). Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance. In *Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance*. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9

Sinaga, L. V. (2019). Pelaksanaan Tugas Kepolisian Dalam Penanggulangan Konflik Sosial Di Wilayah Polda Sumut. *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, *1*(2). https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v1i2.229

Ucu, N. L., Paturusi, S. D. E., & Sompie, S. R. U. A. (2018). Analisa Pemanfaatan E-Learning Untuk Proses Pembelajaran. *Jurnal Teknik Informatika*, *13*(1). https://doi.org/10.35793/jti.13.1.2018.20196

Utomo, P., & Prayogi, F. (2021). Literasi Digital: Perilaku dan Interaksi Sosial Masyarakat Bengkulu Terhadap Penanaman Nilai-nilai Kebhinekaan Melalui Diseminasi Media Sosial. *Indonesian Journal of Social Science Education*

(IJSSE), *3*(1). https://doi.org/10.29300/ijsse.v3i1.4306

Venus, A., & Karyanti, R. (2007). Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. In *Bandung: Simbiosa Rekatama Media* (Vol. 20).

Waraningtyas, S. A., Sugiana, D., & Setiawan, W. (2022). Pemanfaatan Media Instagram sebagai Alat Diseminasi Informasi Kegiatan Ekonomi Kreatif di Kota Palembang. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *6*(2). https://doi.org/10.30829/komunikologi.v6i2.13536

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, *3*(2). https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270

Winoto, Y., & Nur'Fadilla, F. A. (2022). Rancang Bangun Model Diseminasi Informasi Pada Destinasi Pariwisata Budaya Situs Bojong Galuh Karangkamulyan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, *27*(2).

Yilfiana, V., Putri, S. K., Jumarni, & Mirna. (2021). Peran manajemen humas dalam meningkatkan mutu pendidikan pada masa pandemi di SMAN 14 Bone. *Jurnal Mappesona*, *4*(2).

LAMPIRAN

Dokumentasi Bersama ps paur pemanalis multimedia bid humas Polda Sumut

Ipda Dieny Chairunnisa, SH

Dokumentasi Bersama Masyarakat pengikut Instagram Polda Sumut

Draft Pertanyaan Wawancara

ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT

ALYA KHALIZAH
2103110247

14/2 25
Acc Draf
Pmzm H

Humas Polda Sumut

1. ***Intended effect*** **(efek yang diharapkan)**
- Apa tujuan utama Humas Polda Sumut dalam menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi?
- Jenis interaksi apa yang diharapkan oleh Humas terhadap followers di akun Instagram Polda Sumatera Utara?

2. ***Competiting communication*** **(persaingan komunikasi)**
- Apa strategi yang digunakan untuk memastikan pesan informasi yang disampaikan kepada publik lebih menonjol di antara banyaknya pesan informasi lain yang juga berkompetensi untuk menarik perhatian audiens?

3. ***Communication object*** **(objek komunikasi)**
- Apa yang menjadi objek utama dalam proses penyebaran informasi yang dilakukan pada media sosial Instagram Humas Polda Sumut? Apakah fokusnya lebih kepada perubahan perilaku, sikap atau informasi kepada audiens?

4. ***Target population & receiving group*** **(populasi target dan kelompok penerima)**
- Siapa saja audiens yang menjadi target utama dalam penyebaran informasi yang dilakukan?

5. ***The channel*** **(saluran)**
- Mengapa anda memilih media sosial Instagram sebagai salah satu saluran komunikasi dalam penyebaran informasi?
- Seberapa efektif Instagram dibandingkan dengan platform media sosial lain dalam menyebarkan informasi?

6. ***The message*** **(pesan)**
- Pesan atau informasi utama apa yang ingin disampaikan melalui media sosial Instagram?
- Bagaimana Humas Polda Sumut menyesuaikan pesan untuk mempengaruhi audiens berdasarkan faktor-faktor sosial dan psikologis mereka?

7. ***The comuunicator/sender*** **(komunikator/pengirim pesan)**
- Bagaimana cara Humas Polda Sumut dapat membangun komunitas aktif dan positif di Instagramnya?
- Apa tantangan terbesar yang dihadapi oleh Humas Polda Sumut dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang memiliki berbagai latar belakang dan pandangan?

8. ***The obtained effect*** **(efek yang dicapai)**
- Apakah efek yang dicapai sudah sesuai tujuan utama dalam proses penyebaran informasi?
- Menurut anda, apa saja indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas Instagram Polda Sumatera Utara dalam meningkatkan pemanfaatan Instagram sebagai media penyebarluasan informasi?

Masyarakat

1. ***Intended effect*** **(efek yang diharapkan)**
   - Apakah anda memilih akun Instagram Polda Sumatera Utara untuk diikuti?
   - Apa yang anda harapkan ketika mengikuti akun Instagram Polda Sumatera Utara?
2. ***Competiting communication*** **(persaingan komunikasi)**
   - Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam mengikuti akun Instagram Polda Sumatera Utara diantara banyaknya akun Instagram yang lain?
3. ***Communication object*** **(objek komunikasi)**
   - Jenis konten Instagram Polda Sumatera Utara apa yang paling menarik bagi anda?
   - Jenis interaksi apa yang pernah anda lakukan dengan akun Instagram Polda Sumatera Utara? (komentar,like,share)
4. ***Target population & receiving group*** **(populasi target dan kelompok penerima)**
   - Seberapa aktif anda dalam berinteraksi dengan akun Instagram Polda Sumatera Utara?
5. ***The channel*** **(saluran)**
   - Apakah jenis media sosial Instagram yang paling menarik bagi anda?
6. ***The message*** **(pesan)**
   - Apakah informasi dari Instagram Polda Sumatera Utara membantu anda dalam memahami mengenai informasi hal-hal yang terjadi di daerah Sumatera Utara?
   - Jika ya, jenis informasi seperti apa yang anda cari?
7. ***The communicator/sender*** **(komunikator/pengirim pesan)**
   - Apakah akun Instagram Polda Sumatera Utara membantu anda dalam mencari dan mendapatkan informasi?
8. ***The obtained effect*** **(efek yang dicapai)**
   - Seberapa bermanfaat informasi yang anda dapatkan dari Instagram Polda Sumatera Utara?
   - Menurut anda, apakah informasi yang disampaikan oleh akun Instagram Polda Sumatera Utara kepada publik sudah efektif?

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Nomor : 446/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : -.-
Hal : ***Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa***

Medan, 15 Sya'ban 1446 H
14 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Plt. Kepala Bidang Humas Polda Sumut**
di-
Tempat.

Bissmillahirahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Humas Polda Sumut, atas nama :

Nama mahasiswa	: **ALYA KHALIZAH**
N P M	: 2103110247
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: **ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian *diucapkan terima kasih. Nashrun minallah,* wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402

Cc : File.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
http://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 20 Desember 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap	:	Alya Khalizah
N P M	:	2103110247
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh	:	119 SKS, IP Kumulatif 3,76

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Informasi Humas POLDA SUMUT	19 Des 2024
2	Persepsi Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Terhadap Perilaku Trash - Talk Pada Game Online Mobile Legends	
3	Strategi Hubungan Masyarakat POLDA SUMUT Dalam Menebarluaskan Informasi Melalui Media Sosial Instagram	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :
1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

045.21.311

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 20 Desember 2024
Ketua
Program Studi

(Aktivar Anshori, S.Sos, M.Hum)
NIDN: 0127048401

Pemohon,

(Alya Khalizah)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi

(Faizal Hamzah)
NIDN: 0121058202

BAN-PT MQA STARS

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2252/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal **: 20 Desember 2024**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	**: ALYA KHALIZAH**
N P M	: 2103110247
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT**
Pembimbing	: **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 045.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 20 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tangal, 20 Djumadil Akhir 1446 H
21 Desember 2024 M

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402

Tembusan :
1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Medan, 22 Januari 2025

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Alya Khalizah
N P M : 2103110247
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa** (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor 2252 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024. tanggal 20 Desember dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK – 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. *Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal*;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua	Menyetujui	Pemohon,
Program Studi	Pembimbing	
(Akhyar Anshori)	(Faisal Hamzah Lubis)	(Alya Khalizah)
NIDN: 0127048901	NIDN: 0121088202	

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualifications Agency QS STARS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : **246**/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Jum'at, 31 Januari 2025
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
11	ANNISA MAWADDAH ULFA	2103110240	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	EFEKTIVITAS POLA KOMUNIKASI DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN SUMATERA UTARA DALAM PENERAPAN APLIKASI E-SLO BAGI NELAYAN
12	ASTRI RAMA FITRIANI	2103110225	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEWUJUDKAN KETAHANAN MASARAKAT NELAYAN DI TELUK NIBUNG KOTA TANJUNGBALAI
13	IRFAN GADING SINULINGGA	2103110294	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom.	STUDI FENOMENOLOGI MAKNA KEMENANGAN DALAM PERAYAAN DIPAWALI ETNIS INDIA DI KOTA MEDAN
14	ALYA KHALIZAH	2103110247	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT
15	OZIVA ACHTAR CHAMELY	2103110101	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S , M.SP.	ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI CV SMART SHOP DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI TENGAH PERSAINGAN RITEL MODEM DI KOTA MEDAN

Medan, 30 Rajab 1446 H
30 Januari 2025 M
Dekan,

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@unisu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Alya Khalizah
N P M : 2103110247
Program Studi : Ilmu komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Diseminasi Humas Polda Sumut

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	14/01/25	Diskusi Judul Skripsi dan masalah yang akan diteliti	
2.	16/01/25	Diskusi dan revisi Proposal Penelitian	
3.	20/01/25	Diskusi dan revisi Proposal Penelitian	
4.	21/01/25	Diskusi dan Acc Proposal Penelitian	
5.	10/02/25	Diskusi Draft Wawancara	
6.	14/02/25	Acc Draft Wawancara	
7.	18/03/25	Diskusi hasil Wawancara	
8.	19/03/25	Diskusi Bab 1-5	
9.	20/03/25	Diskusi dan revisi Bab 4-5	
10.	25/03/25	Acc Skripsi	

Medan, 25 Maret 2025

Dekan,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.Si.)
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

Pembimbing,

(Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom.)
NIDN: 0121058202

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 681/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
36	FAUZY FADHILLAH	2103110090	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	IMPLEMENTASI TEORI TRIPLE BOTTOM LINE PADA PT. SUMATERA SPECIALTY COFFEE TAPANULI UTARA DALAM MENCAPAI KEBERLANJUTAN BISNIS
37	FAZRI MUTMAINNAH	2103110070	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	PENERAPAN TEORI KEBUTUHAN HUBUNGAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA SISWA SMK KESEHATAN GANDA HUSADA TEBING TINGGI
38	ALYA KHALIZAH	2103110247	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DISEMINASI INFORMASI HUMAS POLDA SUMUT
39	MUHAMMAD IMAM KELUD HAKIM	2103110250	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) DI KOTA MEDAN
40	ZIDAN AKMAL SYAFIQRI	2103110060	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	BAHASA DAERAH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN ANTARA PT. SUMATRA SPECIALTY COFFEES DENGAN PETANI TAPANULI UTARA

Notulis Sidang :
1.

Medan, 16 Syawal 1446 H
15 April 2025 M

Ditetapkan oleh :
Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. [illegible] ARIFIN, SH, M.Hum.

Panitia Ujian
Ketua

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom

BAN-PT MQA STARS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Alya Khalizah
Tempat/Tanggal Lahir	: Medan, 3 April 2003
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status Perkawinan	: Belum Kawin
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: DUSUN VIII JL. ROSO COMP.TIRTANADI
Email	: alyakhalizah34@gmail.com

Status Keluarga

Nama Ayah	: Ali Tagor Nasution
Pekerjaan Ayah	: Wiraswasta
Nama Ibu	: Nurmawaty
Pekerjaan Ibu	: Ibu Rumah Tangga
Alamat Orangtua	: DUSUN VIII JL. ROSO COMP.TIRTANADI

Pendidikan Formal

TKA DAARUL ISTIQLAL	(2008-2009)
SD NEGERI 106815	(2009-2015)
SMP SWASTA ERIA MEDAN	(2015-2018)
SMA SWASTA AL-AZHAR MEDAN	(2018-2021)
STRATA-1 ILMU KOMUNIKASI FISIP UMSU	(2021-2025)