

LAMPIRAN

Table perbandingan bulan Juli- September 2025

N o	Bulan	Link Konten	Format	Isi Konten
1.	5 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DLs2TltToUF/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	<i>Reels</i>	Menampilkan imbauan keselamatan berlalu lintas kepada masyarakat. Video memperlihatkan aksi berkendara berbahaya dan mengingatkan masyarakat agar berkendara dengan wajar, sopan, serta menghormati pengguna jalan lain demi keselamatan bersama.
2.	13 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMCnHqSxXp-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==	<i>Reels</i>	Konten ini memperlihatkan kegiatan Tim Sparta Polresta Surakarta dalam menindak puluhan kendaraan dengan knalpot brong. Video menunjukkan proses razia dan pengamanan motor

				yang dianggap mengganggu ketertiban serta kenyamanan masyarakat akibat suara bising knalpot.
3.	13 Juli 2025	https://www.instagram.com/p/DMCd1XoxCns/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Feeds	Pemberitahuan oprasi patuh candi yang akan dilaksanakan Polresta Surakarta
4.	17 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMNzb_Gzefa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Reels	Konten tersebut berisi imbauan kepada masyarakat agar berhati-hati terhadap modus penipuan segitiga. Video menjelaskan bagaimana pelaku memanfaatkan komunikasi antara penjual, pembeli, dan pihak lain untuk menipu korban sehingga terjadi kerugian finansial. Konten ini bertujuan meningkatkan kewaspadaan

				masyarakat terhadap kejahatan digital.
5.	24 Juli 2025	https://www.instagram.com/reel/DMdnOEuz9in/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Reels	Konten ini menampilkan bahaya aksi balapan liar seperti herex, ongek'an, keplek miring, dan speeding. Video memperlihatkan tindakan berkendara berbahaya yang dapat mengancam keselamatan diri sendiri maupun pengguna jalan lain. Pesan utama konten adalah mengajak masyarakat berkendara dengan tertib dan menghormati pengguna jalan lainnya
6.	10 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNKBjeHTiB3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Reels	memperlihatkan respons cepat personel Polresta Surakarta dalam membantu warga yang menjadi korban pencopetan saat CFD Solo. Polisi membantu korban dan saksi

				menuju Polresta Surakarta untuk membuat laporan resmi sekaligus mengimbau masyarakat agar tetap waspada terhadap barang bawaan di tempat ramai.
7.	10 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNKIC8OT1CD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Reels	Konten ini berisi kegiatan Tim Sparta Polresta Surakarta yang berhasil mengamankan 18 remaja yang diduga akan melakukan tawuran di sekitar makam Bonoloyo Surakarta. Video menunjukkan upaya kepolisian dalam mencegah gangguan keamanan dan menjaga ketertiban masyarakat pada malam hari.
8.	11 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNMHXFGzKhT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Reels	Konten ini kembali mengangkat tema balapan liar dan gaya berkendara berbahaya seperti herex dan

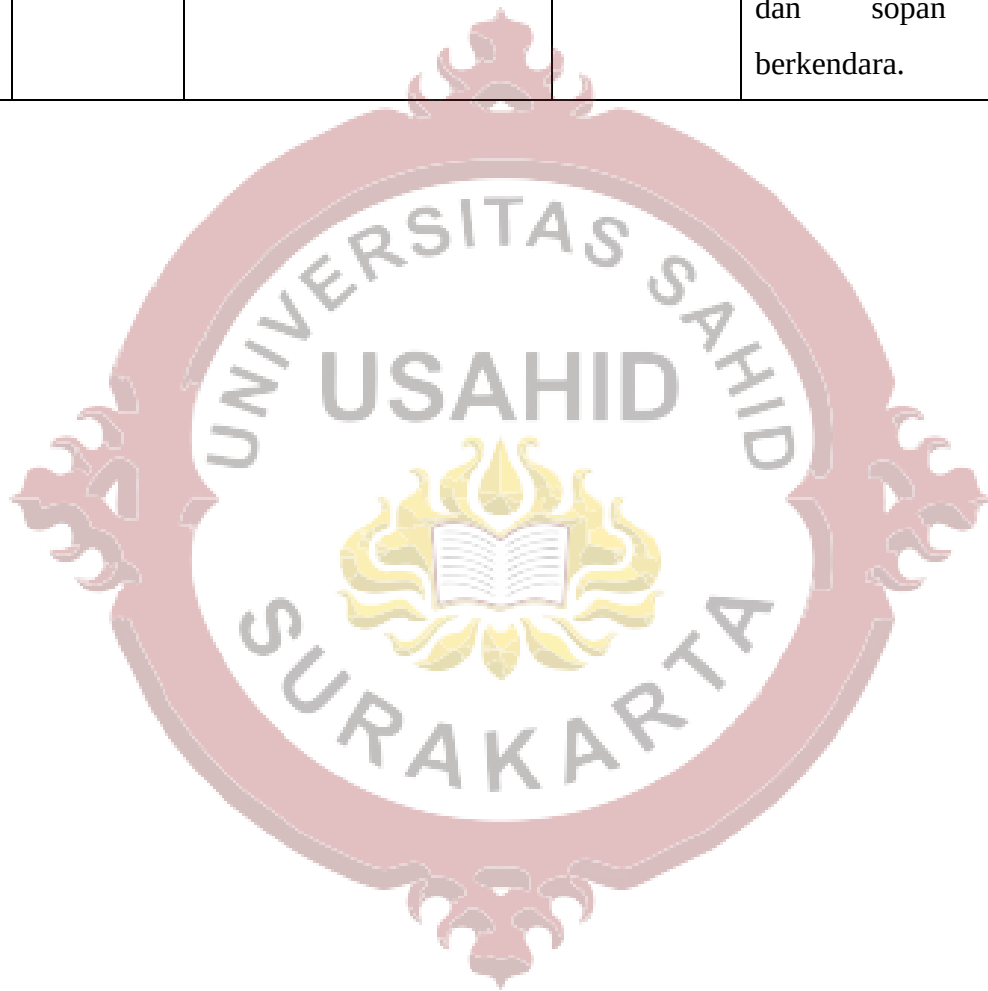
				speeding. Isi video menekankan bahwa perilaku tersebut dapat menyebabkan kecelakaan dan merugikan pengguna jalan lain. Konten juga mengajak masyarakat untuk lebih tertib saat berkendara di jalan umum.
9.	14 Agustus 2025	https://www.instagram.com/reel/DNUZmLmTdjZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Reels	berisi informasi kegiatan penjualan beras murah sebanyak 15 ton dengan harga Rp11.000 per kilogram di Polresta Surakarta. Konten bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai program bantuan pangan atau stabilisasi harga kebutuhan pokok.
10.	27 Agustus 2025	https://www.instagram.com/p/DN1-R8Z4kYQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Feeds	Konten ini memberikan edukasi mengenai modus penipuan phishing yang

		MzRIODBiNWFIZA==		mengatasnamakan lembaga resmi seperti bank atau marketplace. Isi konten menjelaskan pengertian phishing, contoh kasus korban penipuan, serta ciri-ciri pesan mencurigakan yang bertujuan mencuri data pribadi dan informasi keuangan masyarakat.
1 1.	11 September 2025	https://www.instagram.com/reel/DOcmu6BERpY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Reels	Konten ini berisi imbauan keselamatan berlalu lintas kepada masyarakat. Video menegaskan bahwa jalan umum digunakan bersama sehingga setiap pengendara harus berkendara dengan sopan, tertib, dan menghormati pengguna jalan lain agar tercipta keselamatan bersama.
1 2.	25 September 2025	https://www.instagram.com/reel/DPBKikHETyZ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	Reels	Konten ini menampilkan respons cepat Kasat Lantas

		y_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==		Polresta Surakarta dalam menangani kecelakaan lalu lintas di Jalan Slamet Riyadi. Video dan caption memperlihatkan tindakan sigap polisi memberikan pertolongan pertama serta mengevakuasi korban ke rumah sakit sebagai bentuk pelayanan humanis kepada masyarakat.
1 3.	27 Septemb er 2025	https://www.instagram.com/reel/DPFdS8AE6e2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Reels	Konten ini berisi edukasi kesehatan dari RS Bhayangkara Surakarta yang dibagikan melalui akun Polresta Surakarta. Video menyampaikan tips kesehatan yang diharapkan bermanfaat bagi masyarakat sekaligus

				memberikan informasi layanan rumah sakit, termasuk pelayanan umum dan BPJS Kesehatan.
1 4.	27 September 2025		<i>Feeds</i>	informasi layanan RS Bhayangkara Surakarta kepada masyarakat umum dan pasien BPJS Kesehatan. Selain itu, konten juga mencantumkan alamat rumah sakit serta nomor telepon dan WhatsApp yang dapat dihubungi masyarakat untuk memperoleh layanan kesehatan.
1 5.	30 September 2025	https://www.instagram.com/reel/DPM5FZrE8ix/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==	<i>Reels</i>	mengangkat kembali bahaya aksi keplek miring, speeding, dan perilaku berkendara berisiko lainnya. Video menekankan bahwa tindakan tersebut membahayakan

				keselamatan diri sendiri maupun pengguna jalan lain serta mengajak masyarakat untuk tertib dan sopan saat berkendara.
--	--	--	--	--



LAMPIRAN

WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian : Implementasi The Circular Model Of SO-ME Pada Instagram
Polresta Surakarta Periode Oktober- Desember 2025

Nama Peneliti : Zahra Atika Zulfa

NIM : 2022071020

Telp/Hp : 085713665790

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan komunikasi Humas Polresta Surakarta dalam meningkatkan *engagement* masyarakat melalui model SO-ME pada Instagram periode Oktober–Desember 2025. Oleh karena itu, pedoman wawancara ini disusun sebagai instrumen untuk membantu peneliti memperoleh informasi secara mendalam mengenai proses perencanaan komunikasi yang diterapkan oleh Humas Polresta Surakarta dalam mengelola akun Instagram @polrestasurakarta. Data yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber akan digunakan sebagai bahan analisis untuk menjelaskan penerapan model SO-ME (*Share, Optimize, Manage, Engage*) dalam upaya meningkatkan keterlibatan masyarakat melalui media sosial.

Seluruh informasi yang disampaikan oleh narasumber akan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik dan penelitian ini. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya serta tidak akan memengaruhi penilaian atau kedudukan narasumber dalam instansi. Oleh karena itu, peneliti berharap narasumber dapat memberikan jawaban yang jujur, lengkap, dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya agar hasil penelitian dapat menggambarkan fenomena yang diteliti secara objektif.

IDENTITAS NARASUMBER

Narasumber :Pejabat Humas Polresta Surakarta dan Admin Media Sosial
Instagram @polrestasurakarta

Nama : Iptu Iswandri Wahyudiono

Usia : 45 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Status : Kasubsi PIDM Polresta Surakarta

Masa Kerja : 10 Tahun

HASIL WAWANCARA

Peneliti	“Apa si konten yang sering diupload di Instagram Polresta Surakarta pada periode Oktober- Desember 2025?”
Narasumber	“ Kita sebenarnya gaada plan khusus setiap bulanya,kita ikut jadwal kamtibmas yang sedang dijalankan aja, semua kita sesuaikan dengan kebutuhan masyarakat juga, jadi kita liat dulu masyarakat butuhnya apa, lalu kita sesuaikan dengan jadwal kamtibmas yang ada”
Peneliti	“Siapa biasanya yang mentukan arah komunikasi di Instagram?”
Narasumber	“Biasanya kalo kita udah tau apa aja yang mau diupload yaudah koordinasi lewat wa buat konfrimasi aja”
Peneliti	“Apakah menurut bapak konten yang dibagikan bisa diterima oleh

	masyarakat?”
Peneliti	“ Apa pertimbangan tidak menggunakan fitur seperti polling, tanya jawab, ataupun live?”
Narasumber	“Untuk sekarang kita belum pakai, mungkin akan kita pertimbangkan”
Peneliti	“Di postingan IG Polresta itu ada enggak sih, Pak, audiens yang disasar? Misal usia berapa, atau untuk semua kalangan, gitu?”
Narasumber	“Jadi pada prinsipnya, kita tidak menyasar satu golongan, tidak menyasar kaum Gen Z, Gen X, tapi yang jelas masyarakat Kota Surakarta itu adalah target utama kita semua.
Peneliti	“Berarti semuanya ya, Pak, ya?”
Narasumber	“Spesifik warga Surakarta, warga Jawa Tengah, dan warga-warga yang datang ke Surakarta. Biasanya kan yang hadir itu kan kalau dilihat kan follower kita kan belum tentu orang Surakarta juga
Peneliti	“ Oke, Bapak. Lalu, misal ada evaluasi atau apa sih, Pak, yang dilakukan misal ada kegaduhan, atau komentar-komentar yang kurang, atau kritikan-kritikan yang kesannya itu merendahkan, itu apa yang dilakukan Polresta? Humas Polresta? Evaluasinya seperti apa?”
Narasumber	“ Jadi pada prinsipnya, ketika kita berbuat

	sesuatu yang kurang pas, itu kita ada kesalahan, gitu. Kalau memang benar-benar itu ada kesalahan, kita melaksanakan klarifikasi, permohonan maaf. Jadi kita tidak ada upaya-upaya untuk membela diri. Jadi kita sampaikan aja bahwa kalau memang ada anggota kita salah, permohonan maaf, gitu, kepada masyarakat Kota Surakarta. Tapi kalau kadang-kadang itu ada komentar-komentar yang tidak pada tempatnya, ya... kita tidak melakukan apa pun. Terus ada... ada hujatan-hujatan yang tidak ada hubungannya dengan Polresta, itu ya tetap kita abaikan. Karena tidak ada hubungannya. Oh, kita... Polisi Solo, ternyata yang dikomentari kejadian di Ambon, kan itu tidak ada... tidak ada hubungannya dengan kita. Jadi ya, lebih baik memang kita abaikan, karena tidak ada hubungannya dengan kita.”
Peneliti	“Dalam menangani kayak gitu, biasanya ada diskusi enggak sih, Pak? Atau Bapak sendiri yang menangani?”
Narasumber	“Jadi, ketika ada konflik, ada permasalahan itu, kita diskusikan di grup WA, grup kita. Apa jawaban-jawaban yang terbaik buat permasalahan-

	permasalahan yang muncul”
Peneliti	“Tapi ada SOP-nya enggak, Pak, buat membalas komentar gitu?”
Narasumber	“ Jadi ya, pada prinsipnya, kalau saat ini kita menggunakan SOP yang ringan, yang bahasa-bahasa yang tidak kaku. Jadi ya, bahasa kekinianlah ibaratnya. Kita sekarang sudah mulai... mulai mengarah ke sana. Karena pada prinsipnya, yang kita hadapi itu sebagian besar kaum muda. Walaupun secara general itu masyarakat kita harus kita layani semua, tapi kita harus memahami bahwa persentase untuk Gen Z itu lebih banyak. Jadi kita menyesuaikan dengan bahasa-bahasa mereka saat ini, gitu.”
Peneliti	“konten itu bisa dikatakan berhasil itu gimana sih, Pak? Ada spesifikasinya enggak? Misal 50 like atau 50 komen”
Narasumber	“ Jadi, ketika parameter kita itu viewer kita banyak. View suatu video itu view-nya banyak, terus interaksi dari masyarakat tinggi, itu salah satu indikator bahwa konten-konten yang kita buat itu diterima oleh masyarakat.”
Peneliti	“Tapi ada acuan misal, 100.000 atau enggak ada ya, Pak?”
Narasumber	“ Enggak ada. Yang penting kan kita dari

	follower-nya berapa kita? Hampir 16.000 atau 160 berapa ribu, coba dicek. Dari viewer, itu juga ada titik tertentu kita nyatakan bagus. Jadi enggak ada tolok ukur
Peneliti	“Terus kalau menurut Bapak, yang paling sering aktif di komen tuh kalangan apa sih, Pak? Misal mahasiswa, atau pelajar atau kebanyakan orang tua”
Narasumber	“ Pada prinsipnya, general ya. Ketika kita memberikan konten tentang apa gitu, tentang knalpot brong, itu pasti yang komen dari pro-kontra. Ada yang anak-anak muda itu menolak, apa yang jelas, orang-orang yang sudah mapan itu mendukung, kan dari golongan yang usia sudah mapan itu pasti mendukung, memberikan apresiasi. Tapi dari golongan anak-anak muda yang masih ingin bebas, ya merasa hobinya diganggu.”
Peneliti	“ Pernah enggak sih, Pak, misal dalam satu minggu atau satu bulan itu membandingkan konten ini dengan konten, "Oh ini konten yang disukai masyarakat," atau, "Ini enggak disukai masyarakat," gitu. Atau biasanya konten-konten yang lebih disukai itu diproduksi atau dikontenkan lebih

	banyak? Ada prioritas kayak gitunya enggak, Pak?
Narasumber	“Jadi, karena banyak konten-konten itu yang di luar dugaan... kira-kira kita itu menganggap itu konten biasa, ternyata disukai. Jadi memang netizen itu memang, ya pada prinsipnya, karena terdiri dari beberapa tipe golongan generasi, jadi tidak bisa diprediksi. Jadi, video-video yang seperti ini, seperti ini itu kadang-kadang ya, kami mengira itu kunjungannya sedikit, ternyata kunjungannya juga banyak.
Peneliti	“Tapi ada konten yang sangat diminati gitu enggak sih Pak, di IG Polresta?”
Narasumber	“Ya pada prinsipnya, ketika konten yang FYP itu biasanya konten-konten yang pro-kontra.”
Peneliti	“Pro-kontra?”
Narasumber	“ Pro-kontra itu ketika kita ada sesuatu penindakan jadi ketika konten-konten yang akan membuat masyarakat untuk berkomentar itu pasti traffic view-nya tinggi. Ketika kita melakukan tindakan tegas terukur kepada pelaku kejahatan, terus kita melakukan operasi knalpot brong, kita operasi penyakit masyarakat, miras dan lain-lain, itu pasti kan ada yang

	mendukung, ada yang ada yang menolak. Dan ketika ada dua pihak yang sama-sama komentar pro dan kontra, pasti akan ada yang menge-tag, ada yang membikin status, ada yang sehingga traffic-nya itu semakin tinggi karena banyaknya komentar tadi.”
Peneliti	“Berarti setiap bulan itu enggak ada, "Ini harus upload ini, ini harus upload ini?"
Narasumber	“Nggak ada. Kita kita mengalir tergantung kalender-kalender Kamtibmas. Kalender-kalender Kamtibmas apa yang kita hadapi bulan ini. Ketika ada besok ada bola yang melarang untuk supporter untuk hadir, kita bikin konten supporter. Ketika ada besok itu ada kegiatan pesilat, kita memberikan apa konten-konten edukasi apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan. Jadi, setiap bulan, setiap bulan tertentu dan tahun itu beda beda kalender Kamtibmas. Jadi konten-konten yang kita buat pun berbeda, tergantung kalender Kamtibmas apa yang apa yang akan kita hadapi pada minggu ini atau bulan ini atau apa, itu tergantung kalender Kamtibmas yang yang akan dihadapi oleh Kota Surakarta.”

Peneliti	“ Tapi kalau untuk misal ada target enggak sih, Pak, tiap bulan harus dicapai gitu? Harus respon masyarakat atau keterlibatan masyarakat?”
Narasumber	“Targetnya kita setiap konten yang kita buat itu targetnya ya diterima. Diterima itu parameternya adalah banyaknya pengunjung yang ada, banyaknya komen, banyaknya like, banyaknya yang meneruskan.”
Peneliti	“ Tapi untuk konten misal kayak pengamanan dan lain-lain, itu ada kaitannya sama pembangunan citra atau enggak sih, Pak?”
Narasumber	“ Jadi pada prinsipnya kita tidak memperhatikan itu pencitraan. Jadi kita itu intinya pure masalah publikasi aja. Jadi apa pun yang kita lakukan, apa yang kita laksanakan Polresta Surakarta, akan kita publish ke masyarakat bahwa, "Oh ini loh kegiatan Polresta Surakarta." Jadi, kita membuat konten membuat konten membuat produk-produk yang intinya bahwa berpedoman kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh satuan Polresta Surakarta.”
Peneliti	“ Terus untuk waktu unggahnya enggak

	ada ya, Pak, ya? Enggak ada ketentuan harus jam berapa, jam berapa, itu enggak ada ya? Atau sekarang sudah ada, mungkin?
Narasumber	“Sekarang sudah kita perhatikan, ada jam-jam tertentu sesuai dengan apa traffic dari apa itu? Biasanya ada jam-jam tertentu yang sudah kita, ya kan, sudah sekarang sudah banyak kan info-info yang menyatakan bahwa jam jam tertentu itu bagus untuk upload gitu. Itu sudah mulai kita adopsi, kita perhatikan jam-jam tertentu.”
Peneliti	“Instagram itu yang megang itu tim Humas sendiri atau ada misal tim konten kreator?”
Narasumber	” Oh, enggak. Kita sendiri dari Humas.
Peneliti	“Untuk komentar-komentar yang tidak dibalas itu bagaimana ya Pak, "Kayaknya ini balas, enggak usah nih," atau, "Ini jangan dibalas," gitu, ada misal disaring-saringnya?”
Narasumber	“ Ketika itu komen pertanyaan yang perlu dengan jawaban, kadang-kadang mereka itu komen aja. Ada di kolom komentar ada yang dia penginnya menghujat, tapi enggak tahu yang dihujat siapa, yang penting menghujat di situ. Nah itu, ada

	sesuatu yang tidak perlu kita tanggapi. Jadi hal-hal yang yang tidak perlu ditanggapi, Ketika itu butuh tanggapan, pasti kita tanggapi. Hanya kapan bukanya jam apa pelayanan ini? Terus apa syarat-syarat membuat ini? Apa syarat-syarat melakukan pelayanan polisi ini? Itu pasti kita jawab. Tapi kan hal-hal umpamanya yang saya sampaikan tadi bahwa kejadian di Ambon terus komennya di sini, itu kan sebetulnya tidak butuh jawaban juga. Iya.
Peneliti	“Tantangannya untuk membangun partisipasi masyarakat itu apa sih, Pak?
Narasumber	“ Ya, saat ini memang tantangannya ya akun-akun yang anonim, akun-akun yang berlindung di bawah akun-akun bodong itu, akun fake yang itu tujuannya ada tujuan tertentu. Mungkin untuk menjatuhkan citra Polisi Republik Indonesia, menjatuhkan citra Polri, terutama Polresta Surakarta, itu sudah kita pelajari bahwa ada akun-akun yang sudah mulai mendiskreditkan, mencela, menghina, menjatuhkan mental kita, pasti kan ada juga. Tapi kembali lagi pada, setiap komentar itu tidak semua harus harus dibalas dengan komentar.”

Peneliti	“Kalau menurut Bapak sendiri nih, selama periode Oktober sampai Desember itu, konten-konten yang dibagikan atau informasi yang diberikan itu sudah diterima masyarakat atau belum?”
Narasumber	“Saya kira sudah cukup optimal ya. Sudah banyak partisipasi, banyak komentar, dan banyak dukungan positif terhadap Polresta Surakarta.”
Peneliti	“Lalu yang terakhir nih, Bapak. Apa sih yang perlu Polresta Surakarta tingkatkan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat khususnya di Instagram?”
Narasumber	“Ya pada prinsipnya, konten-konten itu dari segi bobot, mutu, dari segi apa pun itu harus ada niat untuk lebih ditingkatkan. Dari segi apa pun, dari segi mutu, dari segi bobot, dari segi grafis, dari segi apa itu harus tetap bercita-cita untuk untuk lebih baik daripada sekarang, sih.”

KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DAERAH JAWA TENGAH
RESOR KOTA SURAKARTA



SURAT KETERANGAN
Nomor: Sket/ 170 /VII/HUM.5.4.1./2026

Yang bertanda tangan di bawah ini atas nama Kepala Kepolisian Resor Kota Surakarta, menerangkan bahwa Mahasiswa Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta sebagai berikut:

- a. Nama : Zahra Atika Zulfa;
- b. NIM : 2022071020;
- c. Prodi : Ilmu Komunikasi;

Telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul "*Perencanaan Komunikasi Polresta Surakarta untuk Meningkatkan Interaksi Masyarakat melalui Model SO-ME di Instagram Periode Juli s.d Desember 2025*" di Polresta Surakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di: Surakarta
pada tanggal : 23 Juli 2026
a.n. KAPOLRES KOTA SURAKARTA POLDA JATENG
KABAG SDM



Ditandatangani secara elektronik oleh:

RIYADI SUPRIADI, S.I.P., M.H.
KOMISARIS POLISI NRP 70070160



**FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

Jl. Adi Sucipto No. 145, Solo 57144, Indonesia
Tel. +62 - (0)271 - 743493, 743494, Fax. +62 - (0)271 - 742047
www.usahidsolo.ac.id

Nomor : 223/D/FSHS/Usahid-Ska/II/2026
Lampiran :
Perihal : Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Polresta Surakarta

Jl. Slamet Riyadi No.376, Purwosari, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57142

Dengan hormat,

Guna memenuhi persyaratan perkuliahan Program S-1 di Universitas Sahid Surakarta, mahasiswa diwajibkan untuk menempuh Skripsi / Tugas Akhir. Dimana perlu diadakannya pengambilan data penelitian di instansi yang terkait dengan bidang keilmuan yang ditekuni.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut, bersama ini kami menyampaikan permohonan ijin bagi mahasiswa kami untuk dapat melakukan pengambilan data penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama : Zahra Atika Zulfa
Nomor Induk Mahasiswa : 2022071020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Polresta Surakarta Untuk Meningkatkan Interaksi Masyarakat Melalui Model SO-ME di Instagram Periode Juli 2025- Desember 2025
Waktu Penelitian : 23 Februari 2026 s/d 1 Mei 2026

Demikian atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 23 Februari 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni

Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si
NIDN. 0602058801