Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 25282-25283

Strategi Humas Tni Dalam Meningkatkan Citra Positif Tni Di Masyarakat Studi Kasus Kodam Ii/Sriwijaya Di Palembang

Aldi Wira
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang
Email: wiraaldiwira9@gmail.com

Published: May , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi humas Tentara Nasional Indonesia (TNI) dalam meningkatkan citra positif TNI di masyarakat, dengan studi kasus pada Kodam II/Sriwijaya di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari personel Penerangan Kodam (Pendam) II/Sriwijaya, tokoh masyarakat, serta pihak media yang berinteraksi langsung dengan kegiatan humas TNI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas Kodam II/Sriwijaya dilakukan melalui perencanaan komunikasi yang terstruktur, pemanfaatan media massa dan media digital, pelaksanaan kegiatan sosial kemasyarakatan, serta penguatan hubungan dengan media dan masyarakat. Strategi tersebut dinilai efektif dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap TNI sebagai institusi yang profesional, humanis, dan dekat dengan rakyat. Adapun hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, belum optimalnya pemanfaatan media digital, serta munculnya isu negatif akibat tindakan oknum. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi humas di lingkungan militer serta menjadi bahan evaluasi praktis bagi peningkatan kinerja humas TNI.

Kata kunci: Strategi Humas, Citra Positif, TNI, Kodam II/Sriwijaya, Komunikasi Publik

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Citra institusi merupakan aspek penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap suatu organisasi, termasuk institusi militer. Tentara Nasional Indonesia (TNI) sebagai alat pertahanan negara tidak hanya dituntut profesional dalam bidang militer, tetapi juga mampu membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dalam konteks ini, humas memiliki peran strategis sebagai pengelola komunikasi publik untuk membentuk dan mempertahankan citra positif TNI.

Kodam II/Sriwijaya sebagai salah satu komando kewilayahan TNI Angkatan Darat yang berkedudukan di Palembang memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga stabilitas keamanan sekaligus menjalin kedekatan dengan masyarakat. Berbagai kegiatan sosial, kemanusiaan, dan pembinaan teritorial yang dilakukan Kodam II/Sriwijaya memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar dapat dipahami dan diapresiasi oleh publik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana strategi humas Kodam II/Sriwijaya dalam meningkatkan citra positif TNI di masyarakat Palembang serta hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses, strategi, dan makna di balik aktivitas komunikasi humas TNI. Lokasi penelitian berada di Markas Kodam II/Sriwijaya, Palembang.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan personel Pendam II/Sriwijaya, tokoh masyarakat, dan pihak media, serta

melalui observasi langsung terhadap kegiatan humas. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Kodam II/Sriwijaya, publikasi media massa, arsip kegiatan, serta literatur yang relevan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Kodam II/Sriwijaya menerapkan strategi komunikasi yang terencana dan berkelanjutan. Strategi tersebut meliputi perencanaan pesan yang menekankan nilai profesionalisme dan humanisme TNI, pemanfaatan media massa dan media sosial sebagai sarana publikasi, serta pelaksanaan kegiatan sosial kemasyarakatan seperti bakti sosial, bantuan bencana, dan program pembinaan teritorial.

Humas Kodam II/Sriwijaya juga aktif menjalin hubungan dengan media lokal untuk memastikan pemberitaan yang berimbang dan akurat. Selain itu, komunikasi langsung dengan masyarakat melalui kegiatan lapangan dinilai efektif dalam membangun kedekatan emosional antara prajurit dan warga.

Namun demikian, penelitian ini menemukan beberapa hambatan, antara lain keterbatasan sumber daya manusia humas, belum optimalnya pemanfaatan media digital secara strategis, serta tantangan dalam mengelola isu negatif yang muncul akibat tindakan oknum prajurit. Hambatan tersebut memerlukan evaluasi dan penguatan kapasitas humas agar strategi komunikasi dapat berjalan lebih optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi humas Kodam II/Sriwijaya dalam meningkatkan citra positif TNI dilakukan melalui perencanaan komunikasi yang matang, pemanfaatan media, serta kegiatan sosial kemasyarakatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Strategi tersebut berkontribusi positif dalam membangun persepsi masyarakat terhadap TNI sebagai institusi yang profesional, humanis, dan dekat dengan rakyat.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi, khususnya terkait sumber daya dan pengelolaan media digital. Oleh karena itu, disarankan agar humas TNI terus meningkatkan kompetensi SDM, memperkuat strategi komunikasi digital, serta melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas program komunikasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E., & Soemirat, S. (2021). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Education.

Kriyantono, R. (2020). *Public Relations & Crisis Management*. Jakarta: Kencana.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks: Sage Publications.