

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS KOTA BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN CITRA PEMERINTAHAN KOTA BANDUNG

Oleh:
Reza Antoni
Nim. 41815156

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Komputer Indonesia, Jl. Dipatiukur 114-116 Bandung

Email: rezaantoni123@gmail.com

ABSTRACT

*This study aims to determine the Communication Strategy of Bandung City Public Relations through Instagram Social Media in Improving the Image of Bandung City Government, with subfocus messages, obstacles, and goals. This study uses a qualitative method with descriptive study design. Informants were also determined through purposive sampling technique by selecting informants as needed. The research data was obtained through non-participant observation, in-depth interviews, documentation, library studies and internet searching. **The results of the study** show that **the message** conveyed by the Public Relations of the City of Bandung is a message delivered in the form of images and words through informative and persistent social media in improving the image of the city of Bandung. **The obstacles experienced** by the Public Relations of the City of Bandung are determining the concept of the photo to be posted as well as overcoming communication errors that occur. **The purpose** of Bandung City Public Relations to enhance the image of the city of Bandung through Instagram social media is because Instagram social media is a medium that is being used by many people today, and Instagram social media can be accessed quickly anywhere and anytime.*

Keywords : *Communicating strategies, messages, obstacles, goals, images*

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung, dengan subfokus pesan, hambatan, dan tujuan. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan desain studi Deskriptif. Informan juga ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan memilih informan sesuai dengan yang dibutuhkan. Data penelitian diperoleh melalui observasi non partisipan, wawancara mendalam, dokumentasi, studi pustaka dan internet searching. **Hasil penelitian** menunjukkan **pesan** yang disampaikan oleh Humas Kota Bandung merupakan pesan yang disampaikan dalam bentuk gambar dan kata-kata melalui media sosial instagram yang informatif dan persuasif dalam meningkatkan citra pemerintah Kota Bandung. **Hambatan** yang dialami oleh Humas Kota Bandung adalah menentukan konsep foto yang akan di posting serta, mengatasi kesalahan komunikasi yang terjadi. **Tujuan** Humas Kota Bandung melakukan kegiatan meningkatkan citra pemerintah Kota Bandung melalui media sosial instagram adalah karena media sosial instagram adalah media yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini, serta media sosial instagram dapat diakses dengan cepat dimanapun dan kapanpun.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, pesan, hambatan, Tujuan, Citra*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Dalam instansi pemerintahan, humas memiliki fungsi untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat publik dan melakukan tugas pelayanan publik yang salah satunya adalah memberikan berbagai informasi mengenai kebijakan-kebijakan yang ada dalam suatu pemerintahan kepada masyarakat

Fungsi humas pada pemerintahan pada dasarnya sama dengan fungsi humas yang ada didalam suatu instansi atau lembaga umum lainnya, yang dimana tujuannya adalah menyebarkan informasi serta meningkatkan serta memelihara citra dan reputasi yang bersifat positif.

Untuk mencapai suatu tujuan seperti mendapatkan citra yang positif diperlukan sebuah strategi. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung adalah menyusun sebuah strategi dalam memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintahan Kota Bandung yang disebarkan melalui media sosial Instagram.

Strategi disini Humas Kota Bandung memikirkan bagaimana penyusunan pesan yang disebarkan agar dapat membuat para pembaca beropini positif mengenai pemerintahan Kota Bandung. Oleh karena itu admin dari Humas Kota Bandung harus mampu berinovasi serta mengeluarkan kreativitasnya agar membuat tampilan feed dari Instagram Humas Kota Bandung menarik oleh pembacanya.

Pada era milenial ini, teknologi internet membuat komunikasi semakin mudah, lahirnya media sosial menjadikan komunikasi online digemari dan menjadi salah satu

media yang populer pada masa kini. Hal ini dikarenakan penggunaan Media sosial sangat mudah, cepat, efisien dan dapat digunakan selama tersambungny koneksi internet.

Perkembangan teknologi ini menjadi sebuah tuntutan bagi praktisi humas untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyebarkan informasi, mengingat media sosial merupakan media yang digemari saat ini. Praktisi humas memanfaatkan media sosial menjadi wadah untuk melakukan strategi komunikasi baik itu melakukan promosi ataupun strategi untuk membangun citra.

Salah satu lembaga yang sedang menjalankan strategi komunikasi yaitu Humas Kota Bandung. Humas Kota Bandung merupakan sebuah lembaga humas pemerintah yang berdiri pada tahun 2007. Awalnya segala penyebaran kegiatan-kegiatan pemerintahan hanya disebarkan melalui media cetak ataupun radio. Namun seiring berkembangnya zaman, lembaga ini merubah strategi komunikasinya yang awalnya menggunakan media massa dan cetak kini beralih menggunakan media sosial sebagai upaya mereka untuk menyebarkan citra pemerintahan Kota Bandung agar diketahui oleh masyarakat atau khalayak luas.

Lembaga ini memiliki tugas untuk memberikan informasi kepada publik tentang kebijakan yang akan dan telah diambil oleh pemerintah, selain itu Humas Kota Bandung juga mendapatkan tugas untuk menciptakan citra dalam dunia pemerintahan baik itu berupa kampanye, melakukan kegiatan-kegiatan (events) ataupun melakukan program-program yang memiliki sifat jangka Panjang.

Dalam melakukan penyebaran informasi, Humas Kota Bandung memilih Media Sosial sebagai alat

untuk menyebarkan citranya, baik itu facebook, twitter, youtube dan instagram. Namun karena lebih banyaknya publik yang berinteraksi melalui media Instagram, maka Humas Kota Bandung fokus memilih Instagram untuk menyebarkan informasi.

Media sosial instagram adalah salah satu aplikasi sosial media yang sedang populer dikalangan kaum milenial saat ini. Pengguna aplikasi ini dapat menyebarkan tulisan, foto, bahkan video ke jejaring sosial mereka.

Penyebaran informasi menggunakan media sosial Instagram sangat berpengaruh besar, Humas Kota Bandung lebih memilih menyebarkan informasi melalui media social dengan alasan karena sosial media dapat diakses siapa saja namun dalam proses perencanaannya target utamanya adalah masyarakat Kota Bandung. Lebih spesifik lagi, Humas kota Bandung lebih memilih social media Instagram dikarenakan menggunakan foto dianggap lebih menarik perhatian publik. Karena dengan gambar, publik dapat memvisualkan dan lebih memahami suatu kegiatan ataupun berita.

Dapat diartikan humas harus melakukan segala sesuatu secara terencana dengan matang dan baik agar instansi tersebut memperoleh dukungan dari khalayaknya dan dapat menjalankan fungsi sesuai dengan tujuan yang ingin diraih. Dengan adanya humas pada instansi pemerintah merupakan suatu kewajiban fungsional melakukan penyebaran-penyebaran mengenai aktivitas-aktivitas yang ada dalam instansi tersebut baik ke internal maupun keluar. Kegiatan kehumasan yang bersifat internal seperti melakukan analisis-analisis terhadap kebijakan-kebijakan baru yang sudah berjalan maupun yang sedang berjalan. Kegiatan kehumasan eksternal yaitu memberikan informasi-informasi serta menjawab pertanyaan-pertanyaan publik secara objektif. Pesan yang disampaikan juga harus disampaikan dengan tepat dan secermat mungkin, sehingga publik akan

menaruh simpati serta kepercayaan terhadap pemerintahan. Dan hasil akhirnya adalah mendapatkan citra pemerintahan yang baik dari public/masyarakat.

Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvirano Adianto (2007:114). Juga mendefinisikan citra sebagai nilai dari seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Dapat diartikan citra sebagai sebuah gambaran yang didapat oleh lingkungan disekitar atau pihak lain. Citra merupakan sebuah kesan yang diperoleh dari seseorang berdasarkan pengetahuan. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan sebuah faktor yang diantaranya adalah strategi dalam berkomunikasi.

Dari hal diatas juga dapat diartikan apabila Humas Kota Bandung ingin mendapatkan kesuksesan dalam mencapai tujuannya yaitu menciptakan citra yang positif maka diperlukan sebuah strategi atau perencanaan yang matang. Sebab apabila tidak dilakukan perencanaan dapat menuai hasil yang tidak diinginkan dan yang lebih fatalnya lagi dapat menyebabkan krisis kepercayaan terhadap pemerintahan.

Humas Kota Bandung memiliki peran yang sangat penting dalam instansi pemerintah, oleh karena itu Humas Kota Bandung harus benar benar melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat membangun citra pemerintahannya secara matang dan bersungguh-sungguh, demi terwujudnya pencitraan positif yang sesuai dengan visi dan misi Humas Kota Bandung.

Apabila Humas Kota Bandung melakukan strategi yang tepat maka Pemerintah Kota Bandung akan mendapatkan umpan balik (feedback) yang besar dari public eksternalnya yaitu masyarakat Kota Bandung untuk mencapai tujuan dalam membangun sebuah citra yang positif dikalangan masyarakat Kota Bandung.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi humas kota Bandung dalam membangun citra

pemerintahan melalui media sosial Instagram. Dimana agar mencapai suatu tujuan, diperlukan strategi komunikasi agar citra pemerintahan kota bandung positif di mata masyarakat.

Bertolak dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian

“Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Instagram Dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung)”

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Instagram Dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung)?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Rumusan mikro dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung?
2. Bagaimana **Hambatan** yang disampaikan Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung?
3. Bagaimana **Tujuan** yang disampaikan Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui secara lebih jelas tentang bagaimana Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Instagram dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung)

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Pesan** yang disampaikan Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **Hambatan** yang disampaikan Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung
3. Untuk mengetahui **Tujuan** yang disampaikan Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi, Serta dapat membuka wawasan baru bagi peneli-peneliti selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis, peneliti juga mengharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat mermanfaat bagi semua pihak diantaranya:

a. Peneliti

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat mengaplikasikan ilmu, memberikan manfaat pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya mengenai ilmu komunikasi terutama terkait dengan penelitian strategi komunikasi.

b. Universitas

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program ilmu komunikasi konsentrasi humas secara khusus sebagai literatur terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian pada kajian utama

c. Humas Kota Bandung

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan Humas Kota Bandung dalam mengambil kebijakan-kebijakan dimasa yang akan datang, serta penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Humas Kota Bandung dalam melakukan Strategi Komunikasi dalam membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung.

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah istilah sesuatu yang dilakukan oleh perencana dalam menghadapi sejumlah persoalan atau masalah masalah yang terutama dalam kaitannya dengan sumber daya komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas masalah pokok dari penelitian ini, yaitu membahas kata-kata kunci atau sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Kerangka pemikiran disini berisi tentang penggunaan teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Teori tersebut bertujuan untuk menggiring dan memfokuskan sebagai wadah untuk menyebarkan informasinya. Hal ini dikarenakan karakteristik Instagram yang online dapat diakses oleh siapa saja.

Hal ini mendorong peneliti untuk menjadikan fenomena ini sebagai bahan penelitian. Peneliti ingin mengangkat persoalan tentang Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Pemerintahan Kota Bandung dengan fokus penelitiannya diantaranya sebagai berikut:

1. Pesan

Pesan yang disampaikan oleh Humas Kota Bandung merupakan pesan dalam bentuk gambar dan kata-kata melalui media sosial instagram yang informatif dan persuatif dalam membangun citra pemerintahan.

2. Hambatan

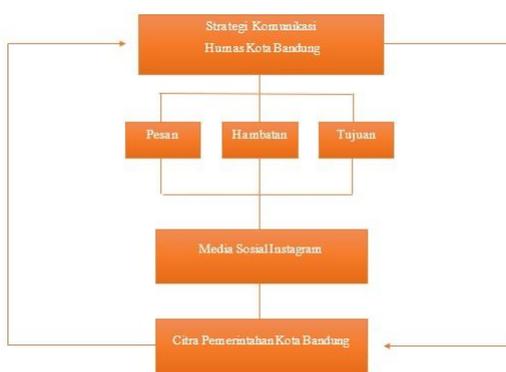
Hambatan yang dialami adalah mengenai proses komunikasi yang timbul dari ketidakjelasan informasi yang disampaikan oleh komunikator.

3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai oleh Humas Kota Bandung adalah tercapainya visi dan misi yang akan dicapai. Salah satunya adalah tmeningkatnya Citra Pemerintahan Kota Bandung melalui media Instagram. Hal ini dikarenakan Instagram dapat diakses oleh siapa saja.

Dengan demikian peneliti menjabarkan penjabaran diatas dan disederhanakan kedalam model alur kerangka pemikiran seperti berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2019

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif. Hal ini dikarenakan peneliti ingin menghasilkan data berupa deskripsi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung.

Informan Penelitian

Gambar 3.1
Informan Kunci

Nama Informan	Usia Informan	Pekerjaan	Tanggal	Waktu	Tempat
Sony Teguh Prasetya	45 Tahun	Kepala Bagian Humas Kota Bandung	19 Juli 2019	14.00 WIB	Kantor Humas Kota Bandung
Yuyun Yuhsemi	37 Tahun	Kepala Sub Bagian Kemitraan dan Publikasi	19 Juli 2019	10.00 WIB	Kantor Humas Kota Bandung

Sumber: Arsip Penulis 2019

Informan Pendukung

Gambar 3.2
Informan Pendukung

Nama Informan	Usia Informan	Pekerjaan	Tanggal	Waktu	Tempat
Rifki	21	Mahasiswa	16 Juli 2019	19.00 WIB	Angkringan Dago
Guntara	32	Wiraswasta	16 Juli 2019	15.00 WIB	Trans Studio Mall Bandung
Syarif	37	Kepala Organisasi English Club Bandung	22 Juli 2019	16.00 WIB	Balaikota

Sumber: Penulis 2019

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Kantor Humas Kota Bandung yang beralamat di :

Jl.Wastukencana No.2, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat,40117

Telp : (022) 87786192

Email : Info@humaskotabandung.go.id

Instagram : @Humasbdg

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung diadakan dalam waktu 6 bulan terhitung dari bulan Maret 2019 hingga Agustus 2019.

4. Hasil dan Pemhasan.

Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara secara mendalam kepada para informan penelitian, maka peneliti melakukan analisis terkait Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung. Peneliti memfokuskan penelitian mengenai:

1. Pesan yang disampaikan Humas Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram
2. Tujuan yang dilakukan Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram
3. Hambatan yang dialami oleh Humas Kota Bandung selama proses menyampaikan informasi menggunakan Media sosial Instagram.

4.1 Pesan

Pesan adalah sebuah bagian terpenting yang terdapat dalam unsur-unsur komunikasi yang dimana adalah sebuah informasi yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator disusun secara baik maka feedback yang didapat akan baik pula.

Begitu pula pada Humas Kota Bandung yang melakukan Strategi Komunikasi melalui Media Sosial Instagram dalam menyebarkan informasinya guna meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung.

Isi pesan yang disampaikan oleh Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung adalah dengan cara memberikan informasi atau pesan-pesan yang berkaitan dengan kinerja pemerintah, Menginformasikan kepada khalayak mengenai kegiatan-kegiatan pemerintah, sehingga menghasilkan citra yang positif dari masyarakat. Komunikasi yang disebarkan tidak hanya perihal kinerja pemerintah, akan tetapi terdapat pula konten-konten yang menyebarkan informasi yang bersifat anak muda seperti tempat kumpul yang enak di Bandung, ataupun tempat kuliner yang ada di Kota Bandung.

Melalui media sosial instagram, followers juga dapat berinteraksi dengan Humas Kota Bandung dengan fitur comment, ataupun direct message. Sehingga apabila terdapat informasi yang kurang dipahami oleh para pembaca, pembaca dapat langsung menanyakannya langsung dengan comment ataupun direct message.

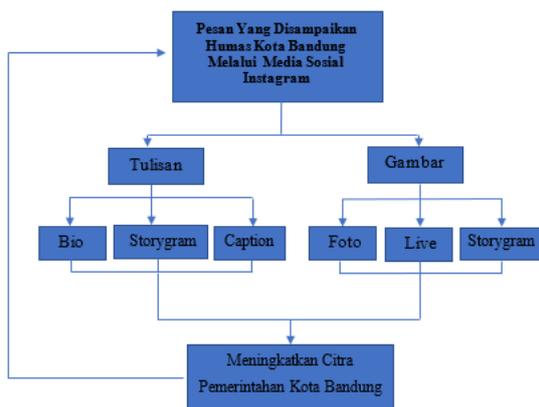
Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung melalui Media Instagram adalah dimulai dari Bio mereka yang menuliskan identitas mereka, seperti sosial media lainnya hingga kontak e-mail mereka yang bisa dihubungi. Hal ini bertujuan agar apabila terdapat followers yang mengalami kekurang pahaman atas

informasi yang diberikan dapat bertanya langsung melalui email atau direct message.

Selain memposting foto di feeds mereka, Humas Kota Bandung juga memanfaatkan fitur Storygram untuk menyebarkan informasi, Namun Storygram ini memang disasarkan untuk kaum mileneal karena informasi yang disusun tidak disusun menggunakan bahasa yang formal.

Dari uraian diatas, peneliti meringkas pembahasan mengenai interaksi awal tersebut kedalam bentuk bagan guna memperjelas gambaran dari pemabahasan diatas sebagai berikut:

Gambar 4.1
Model Pesan Yang disampaikan Oleh
Humas Kota Bandung



Sumber : Peneliti 2019

4.2 Hambatan

Dalam setiap berkomunikasi pasti terdapat hambatan, Hambatan adalah salah satu unsur dari komunikasi yang dimana adanya gangguan dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Menurut analisa peneliti mengenai hambatan yang terjadi oleh Humas Kota Bandung dalam menyebarkan informasi melalui media sosial instagram adalah bagaimana Humas Kota Bandung menentukan konten untuk diposting di Instagram Humas

Kota Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, Humas Kota Bandung mencoba mengemas konten yang mengikuti perkembangan zaman, Namun pada zaman ini konten yang sedang musim dipasaran adalah konten parodi, akan tetapi hal ini menjadi salah satu hambatan bagi Humas Kota Bandung karena memang Humas Kota Bandung adalah instansi formal.

Selanjutnya Hambatan yang kedua adalah dalam menyebarkan informasi seringkali terjadinya kesalahan komunikasi (miss communication). Maka dari itu Humas Kota Bandung dituntut untuk lebih berhati hati dalam menyebarkan informasi melalui media sosial instaagram. Humas Kota Badnung harus memilah tulisan apa yang akan mereka tulis agar dapat mudah dipahami oleh masyarakat sehingga dapat mengurangi tingkat miss komunikasi yang dikhawatirkan dapat menimbulkan persepsi negatif mengenai pemerintah.

Fitur Instagram ini sangat membantu Humas Kota Bandung dalam mengatasi hambatan tersebut, Pihak Humas Bandung selalu menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh followers seputar informasi yang disebarkan melalui fitur comment, dan fitur Direct Message.

Pihak Humas Kota Bandung juga mengadakan program yang mereka namakan Bandung Menjawab. Program ini diadakan live di instagram Humas Kota Bandung. Program ini diadakan seccara langsung sehingga followers juga dapat langsung bertanya disana, sehingga program ini dinilai sudah cukup untuk menjawab hambatan-hambatan yang terjadi dalam proses penyebaran informasi.

Dari uraian diatas, peneliti menggambarkan pembahasan mengenai Hambatan yang terjadi pada Humas Kota Bandung dalam menyebarkan informasi melalui Media Instagram :

Gambar 4.2
Model Hambatan



Sumber: Peneliti 2019

4.3 Tujuan

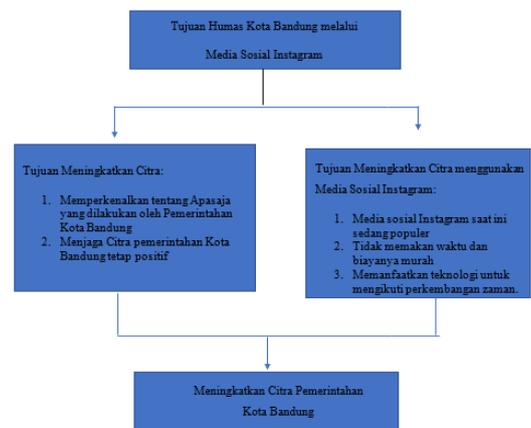
Tujuan dari Humas Kota Bandung adalah meningkatkan citra pemerintahan kota bandung melalui media sosial instagram dengan memberi informasi mengenai hal apa saja yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung harus terus ditingkatkan dengan menyusun pesan secara lebih tepat lagi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Tujuan utama Humas Kota Bandung menyebarkan informasi guna meningkatkan citra pemerintah Kota Bandung melalui media sosial instagram adalah karena instagram saat ini adalah salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat milenial. Alasan lain Humas Kota Bandung memilih media sosial sebagai wadah alat untuk menyebarkan informasi

adalah karena media sosial dapat dapat diakses dengan cepat, dimanapun, dan kapanpun selama terdapat koneksi internet. Humas Kota Bandung adalah sebuah instansi yang sadar dan memanfaatkan media sosial sebagai sebuah alat untuk dijadikan sebagai wadah dalam memudahkan penyebaran informasi.

Pada pembahasan dari tujuan yang sudah dipaparkan diatas, peneliti mencoba menggambarkan model yang dibuat sebagai berikut:

Gambar 4.3
Model Tujuan



Sumber : Peneliti 2019

4.4 Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Bandung

Berdasarkan pembahasan dari ketiga mikro tersebut, Strategi Komunikasi adalah menjadi bagian besar dalam melakukan proses komunikasi.

Strategi komunikasi adalah hal yang sangat perlu diperhatikan apalagi melalui media online. Karakteristiknya yang online artinya semua orang dapat melihat postingan tersebut. Oleh karena itu Humas Kota Bandung harus bisa menyusun pesan yang semua orang dapat memahaminya.

Demi terciptanya komunikasi yang efektif antara Humas Kota Bandung dan Followersnya, Humas kota Bandung harus bisa memaksimalkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti live, instastory, Direct Message. Agar informasi yang disampaikan jelas dan apabila terdapat pertanyaan, followers dapat menggunakan fitur tersebut untuk berinteraksi dengan Humas Kota Bandung.

Humas Kota Bandung harus menciptakan tampilan instagramnya menarik, meliputi kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah dan segera mungkin untuk diupload agar Humas Kota Bandung menjadi penyebar informasi kegiatan pemerintah tercepat guna keaslian berita.

Dari apa yang peneliti observasi, Humas Kota Bandung sudah menyampaikan pesan tersebut dengan baik walau memang belum sempurna. Peneliti menyesuaikan dengan apa yang sudah peneliti observasi di Kantor Humas Kota Bandung.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mencoba menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. Pesan yang disebarkan atau disampaikan oleh Humas Kota Bandung adalah Strategi Komunikasi yang dimana pesan berupa gambar dan kata-kata yang berisi pemerintah yang sedang melakukan kegiatan-kegiatan atau acara tertentu. Hal ini agar followers Humas Kota Bandung mengetahui apa saja yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Seperti pembahasan apa yang dibahas tentang rapat, Atau bagaimana penannnganan

pemerintah terhadap isu yang beredar di masyarakat,

2. Hambatan yang dialami oleh Humas Kota Bandung adalah Menentukan konten yang bersifat mengikuti perkembangan zaman serta masih sering terjadinya miss persepsi dari followers terhadap Humas Kota Bandung.
3. Tujuan Humas Kota Bandung menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk meningkatkan citra pemerintahan Kota Bandung adalah dikarenakan Saat ini instagram adalah sosial media yang paling banyak digunakan oleh kaum milenial. Selain itu Humas Kota Bandung memilih Sosial Media Instagram dikarenakan instagram memiliki akses yang cepat dan biaya yang murah.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Humas Kota Bandung

Adapun saran-saran yang peneliti dapat berikan kepada Humas Kota Bandung adalah :

1. Perlu ditingkatkan kembali mengenai penyusunan caption agar tidak terjadinya miss komunikasi atau miss persepsi terhadap followers Humas Kota Bandung.
2. Perlu ditingkatkan kembali untuk Waktu upload mengenai berita tertentu, Sehingga Humas Kota Bandung dapat menjadi media penyebaran informasi mengenai pemerintah tercepat dan lebih valid tentunya.
3. Perlu adanya koneksi yang stabil agar pada saat proses live di Instagram Humas Kota Bandung gambar yang dihasilkan stabil tidak seperti selama ini yang kadang bisa pecah=pecah.
- 4.

5.2.2 Saran untuk Peneliti selanjutnya

Adapun Saran untuk peneliti selanjutnya adalah :

1. Peneliti selanjutnya harus bisa memahami atas apa objek yang akan diteliti. Sehingga penelitian akan dapat dilakukan secara lebih dalam.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk terus mencari referensi dari berbagai sumber agar mendapat gambaran yang jelas tentang apa yang akan diteliti
3. Peneliti selanjutnya juga jangan lupa untuk bersikap secara baik dan beretika agar lancarnya penelitian .
4. Dalam mengambil dokumentasi jangan lupa untuk meminta izin yang bersangkutan agar terlihat sopan dan beretika.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2004. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Anwar, Arifin. 2004. Strategi Komunikasi. Bandung: Armilo Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbook. Jakarta : Media Kita
- Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana.2003. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana.2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Elvinaro.2007. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar, Jakarta : Simbiosis Rekatama Media

Jonathan Sarwono. (2010) Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah. Andi:Yogyakarta

Mulyana, Deddy. 2001. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. \Bandung: Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2004. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Nova, Firsan. 2011. Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rismawaty, Sangra Juliano, Desayu Eka Surya. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung :Rekayasa Sains.

Ruslan, Rosady. 1998. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

B. Penelitian Terdahulu

Elmi Nurfauzi Hamzah. 2018. Strategi Komunikasi Studio Foto Afternoon Project Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Studio Fotonya. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Zulfa Al Madina. 2018. Strategi Komunikasi Corporate Communication PT. Bio Farma Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Meillyn Rayindra Putri. 2012. Strategi Humas Dan Protokol; Sekretariat Daerah (SETDA) Pemerintah Kabupaten (PEMKAB) Indramayu Melalui Kegiatan Pembinaan dan Pengembangan Sumber Daya Komunikasi dan Informasi Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Kabupaten Indramayu. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

C. Internet Searching

- <http://humas.bandung.go.id/humas/>
- <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/Peran-humasuntukmengangkat-citra-pemerintah-KotaSurakarta->
- <http://www.elib.unikom.ac.id>