

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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

Tujuan dari Humas dalam Instansi pemerintahan pada dasarnya sama dengan humas yang ada dalam instansi lembaga lainnya, yang dimana tujuannya adalah menciptakan berbagai program-program pemerintahan agar dapat meningkatkan serta memelihara citra dan reputasi yang bersifat positif.

Untuk mencapai sebuah tujuan dari praktisi humas diperlukan sebuah ide atau strategi. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung adalah menyusun sebuah taktik dalam memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan Kota Bandung yang disebarkan melalui media sosial Instagram. Strategi disini memikirkan bagaimana pesan yang disebarkan dapat membuat para pembaca beropini positif mengenai pemerintahan Kota Bandung. Oleh karena itu admin Instagram dari Humas Kota Bandung harus bisa berinovasi serta mengeluarkan kreavitasnya agar membuat tampilan *Feed* dari Instagram Humas Kota Bandung menarik agar pembaca menarik.

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 tersambunginya 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 meningkatkan 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 (*event*) 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 sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*). Pengguna aplikasi ini dapat memasukkan atau menyebarkan tulisan, foto, bahkan video ke layanan jejaring sosial.

Penyebaran informasi menggunakan media sosial *Instagram* sangat berpengaruh besar, Humas Kota Bandung lebih memilih menyebarkan informasi melalui media social dengan alasan karena soail media dapat diakses siapa saja namun dalam proses perencanaannya target utamanya adalah masyarakat Kota Bandung. Lebih spesifik lagi, Humas kota Bandung lebih memilih sosial 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 public 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) mendefinisikan citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Dapat disimpulkan citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan disekitar atau pihak lain. Cita merupakan kesan yang diperoleh seorang berdasarkan pengetahuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, di-butuhkan sebuah faktor diantaranya adalah strategi berkomunikasi yang dikembangkan komunikator. Seperti yang dijelaskan dalam buku Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi, yaitu:

Strategi Komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukann, dalam arti kata bahwa pendekatan (*Approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi” (Onong 2003:301)

Dari hal diatas dapat diartikan apabila Humas Kota Bandung ingin berhasil dalam menciptakan citra yang positif diperkukan sebuah strategi atau perencanaan yang matang. Sebab apabila tidak dilakukan perencanaan dapat menuai hasil yang tidak diinginkan dan dapat menyebabkan suatu hal yang dapat disebut 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 meningkatkan citra pemerintahannya secara matang dan bersungguh-sungguh, demi terwujudnya pencitraan positif yang sesuai dengan visi dan misi Humas Kota Bandung.

Apabila Humas Kota Bandung melalkuakn 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 meningkatkan sebuah citra yang positif dikalangan masyarakat Kota Bandung.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi humas kota bandung dalam meningkatkan 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 Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota Bandung Melalui Media Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada diatas maka peneliti membuat suatu rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu rumusan masalah makro dan rumusan masalah mikro sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan Makro dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Pada penelitian ini, peneliti merumuskan masalah mikro yang diantaranya adalah sebagai berikut:

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

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memiliki maksud dan tujuan yang dibagi menjadi dua bagian dari penelitian adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut:

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

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dalam Penelitian ini dilakukan sebagai bahan untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan komunikasi khusus tentang strategi komunikasi

1.4.2 Kegunaan Teoritis

a. Peneliti

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat mengaplikasikan ilmu, memberikan manfaat pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya mengenai ilmu komunikasi terutama proses komunikasi di dalam proses pembelajaran dan pendidikan bagi mahasiswa

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 meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Bandung.