

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah instansi tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dan lingkungannya. Maka setiap instansi maupun perusahaan yang bergerak dibidang apapun pasti membutuhkan citra yang positif. Seperti halnya sebuah instansi pemerintahan Humas Pimpinan Kabupaten Bandung juga harus mampu menjalin hubungan yang harmonis agar dapat menciptakan citra dikalangan masyarakat sekitarnya terutama dalam kegiatan penyebaran informasi melalui berbagai macam media sosialnya seperti salah satu contohnya yaitu Instagram. Menurut Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi bahwa “Citra merupakan tujuan utama dari suatu lembaga, instansi atau perusahaan.” (Ruslan, 2003: 68).

Citra yang harus diperoleh adalah citra lembaga atau instansi, tentunya citra lembaga yang bersifat positif. Dimana citra lembaga menurut Soemirat & Ardianto mengutip pendapat daripada Frank Jeffkins merupakan “Citra yang berkaitan dengan sosok organisasi atau perusahaan sebagai tujuan utamanya, yaitu bagaimana menciptakan citra lembaga yang positif, dan juga agar lebih dikenal serta dapat diterima oleh publik atau masyarakat.” (Soemirat dan Ardianto, 2002: 117).

Cita positif harus selalu dibentuk terus menerus, agar pandangan *followers* menjadi lebih baik dan mendapat kepercayaannya sehingga *followers* akan menjadi loyal. Jika citra Instansi baik, maka respon yang diberikan oleh *followers* pun akan baik, begitu pula sebaliknya jika citra Instansi tidak baik dan tidak menunjukkan adanya perbaikan dalam waktu dekat maka kepercayaan *followers* pun akan hilang dan tidak akan mempercayai informasi yang akan disebarkan atau diposting oleh Humas Pimpinan Kabupaten Bandung melalui Instagram @humaskabbdg dan akan mencari sumber lain yang dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

Maka dari itu komunikasi yang efektif terjadi apabila seseorang berhasil menyampaikan tujuannya dalam komunikasi dan jika pesan yang diberikan oleh komunikator (pemberi pesan) dapat tersampaikan dengan baik dan dipahami oleh komunikator. Pesan tersebut akan diterima dengan baik tergantung pada bagaimana komunikator (pemberi pesan) dalam menyampaikan pesan tersebut. Seperti halnya *followers* akan merasa senang dan tertarik untuk mengunjungi akun Instagram @humaskabbdg jika akun Instagram tersebut mem-*posting* suatu informasi yang menarik perhatian *followers*-nya dan isi pesan yang mereka sampaikan pun baik sehingga dapat diterima dan dipahami oleh *followers*-nya.

Dimana Humas Pimpinan Kabupaten Bandung ini memiliki sebuah fungsi yaitu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian yang baik dari publik ataupun masyarakat pada umumnya dan memiliki target untuk menciptakan opini

publik yang dapat diterima sehingga menguntungkan berbagai pihak. Pada dasarnya fungsi humas dalam pemerintahan sama dengan fungsi humas yang terdapat didalam suatu Institusi Lembaga umum lainnya, dimana tujuannya yaitu menyebarkan informasi serta memelihara citra dan reputasi yang bersifat positif. Jika kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Pimpinan Kabupaten Bandung efektif maka hasil yang diperoleh pun akan berdampak baik pada citra Instansi.

Sebagaimana bahwa efektivitas Menurut Kelman (dalam Hamidi, 2010: 74) dalam buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi, teori efektivitas dipandang dari komponen-komponen komunikasi. Komunikasi yang efektif akan terjadi jika komunikasi mengalami :

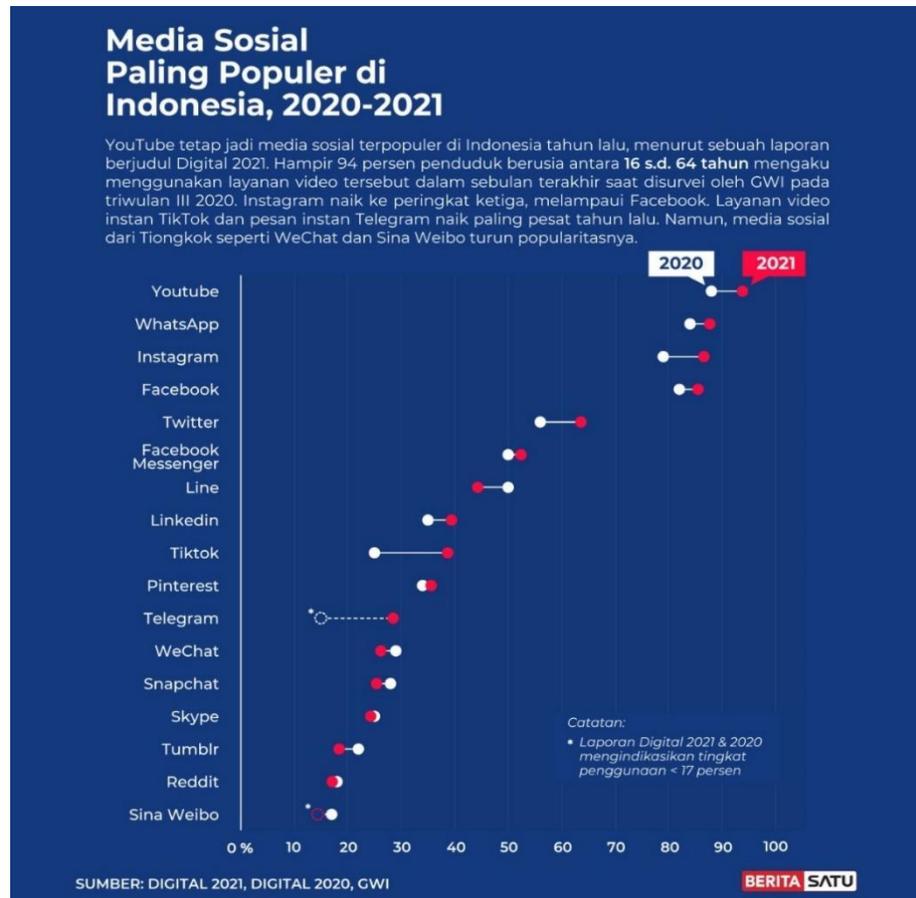
1. Internalisasi (*Internalization*)
2. Identifikasi Diri (*Self Identification*)
3. Ketundukan (*Compliance*).

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kemajuan teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dipungkiri dan akan selalu mengalami perubahan dengan sangat cepat seiring dengan berjalannya waktu. Internet telah berkembang menjadi sarana komunikasi yang sangat cepat dan efektif, karena internet dapat dijadikan sebagai media pertukaran informasi. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju membuat kebutuhan informasi masyarakat menjadi lebih besar. Serta banyaknya teknologi yang bermunculan menjadikan masyarakat dapat memilih dengan bijak pada

teknologi apa yang akan mereka gunakan untuk berinteraksi ataupun hanya sekedar mendapatkan informasi. Seiring berjalannya perkembangan zaman, saat ini media massa online merupakan media yang unggul dan memegang peranan penting dalam efektifitas penyebaran informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat.

Banyak sekali teknologi informasi pada saat ini seperti contohnya melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook dan lain lain. Munculnya media sosial tentunya memberikan manfaat yang begitu banyak bagi masyarakat dimana media sosial tersebut merupakan sebuah wadah untuk berkomunikasi dan menyampaikan berbagai macam informasi secara praktis dan mudah untuk diaplikasikan oleh pengguna nya. Salah satu media yang populer dikalangan masyarakat yaitu Instagram.

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial Paling Populer di Indonesia



(Sumber: <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Instagram menempati posisi ketiga sebagai media sosial yang paling populer di Indonesia. Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa Instagram telah naik peringkat dan menggeser Facebook ke posisi empat, dimana di tahun 2019 Instagram masih berada di posisi keempat. Media sosial Instagram sendiri dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger melalui Burbn Inc pada 6 Oktober 2010.

Dengan adanya Instagram saat ini, masyarakat tidak perlu lagi membuka portal berita melalui *website* karena berbagai macam berita yang diinginkan bisa didapat hanya melalui satu platform saja yaitu Instagram. Selain menjadi wadah untuk membagikan berita Instagram juga dirancang untuk membagikan foto dan video serta memungkinkan untuk para penggunanya untuk memberikan *filter digital* pada fotonya, mengedit foto dan video.

Besarnya kebutuhan akan informasi, membuat perusahaan maupun instansi pemerintah pun ikut terdorong untuk memanfaatkan teknologi tersebut yang dapat melakukan penyebaran informasi secara cepat, tepat dan akurat. Humas Pemerintah Kabupaten Bandung merupakan salah satu instansi pemerintah yang telah memiliki akun *Instagram* guna untuk melakukan penyebaran informasi kepada *followers*-nya.

Tujuan adanya akun Instagram @humaskabbdg itu sendiri dikarenakan media sosial dianggap cukup efektif untuk menyampaikan informasi langsung kepada masyarakat, selain itu pemanfaatan media sosial pun cukup banyak dan tidak menggunakan biaya. Maka dari itu, media sosial Instagram ini tepat untuk menjangkau lebih luas pada tiap kalangan nya dan menyebarkan informasi seputar pemerintah daerah kepada masyarakat, khususnya informasi mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah daerah dan pimpinan. Media sosial yang dimiliki pun diantaranya Youtube, Facebook, Twitter, Website dan Instagram sehingga proses penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Pimpinan Kabupaten Bandung pun dapat merata pada tiap kalangan nya.

Tabel 1. 1
Perbandingan Data Followers Dari Akun Instagram Humas
Pemerintah Kabupaten Bandung

NO	NAMA AKUN INSTAGRAM	JUMLAH FOLLOWERS
1.	@humaskabbdg	26.000 followers
2.	@diskominfobdgkab	9,282 followers

(Sumber: Data olahan Peneliti 2021)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Humas Pemerintah Kabupaten memiliki akun yang berbeda. Akun Instagram @diskominfobdgkab menyebarkan informasi tentang keseluruhan mengenai Pemerintahan Kabupaten Bandung. Sedangkan akun Instagram @humaskabbdg menyebarkan informasi khusus hanya mencakup informasi mengenai seputar Pimpinan Kabupaten Bandung meliputi Bupati, Wakil Bupati dan Sekretaris Daerah serta kegiatan serta program program apa saja yang sedang berjalan. Akun Instagram tersebut sudah ada sejak 10 April 2017 dan dikelola oleh Humas Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan Kabupaten Bandung.

Pada tabel 1.1 diatas terlihat bahwa akun Instagram @humaskabbdg memiliki followers lebih tinggi dibandingkan dengan akun Instagram @diskominfobdgkab. Melalui hal tersebut dapat diartikan bahwa akun @humaskabbdg lebih menarik perhatian masyarakat dalam mencari informasinya. Oleh sebab itu, peneliti memilih akun @humaskabbdg untuk diteliti keefektivasannya dalam penyebaran informasi agar terciptanya citra yang baik dikalangan *followers*-nya.

Dengan adanya akun *Instagram* tersebut sangat menunjang Humas Pimpinan Kabupaten Bandung dalam mensosialisasikan kegiatannya kepada publik dan menyampaikan berita-berita seputar kebijakan dan kegiatan pimpinan untuk dimuat di media sosial dan memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya.

Penyebaran Informasi yang dilakukan memang mengenai Pimpinan Kabupaten Bandung seperti informasi mengenai Bupati, Wakil Bupati dan Sekretaris Daerah, tetapi tidak hanya berita seputar itu saja melainkan akun Instagram @humaskabbdg juga memiliki *agenda setting* lainnya contohnya Senin Menyapa, Selasa Info, Rabu Potensi, Kamis *Quotes*, Jumat Berkah, Sabtu Pariwisata dan Minggu Tips. Kegiatan penyebaran informasi tersebut diwajibkan untuk dimuat dan diposting sesuai dengan jadwalnya. Tidak menutup kemungkinan pada akun Instagram @humaskabbdg menyajikan informasi-informasi tentang feature, humanis dan sebagainya pada akun Instagramnya.

Maka dari itu, Humas menjadi media penghubung yang baik dalam internal Instansi maupun penghubung antara Instansi dengan publik atau masyarakatnya. Oleh sebab itu, keberhasilan memperoleh citra perusahaan yang baik di mata *followers* akun Instagram @humaskabbdg tergantung pada bagaimana Humas Pimpinan Kabupaten Bandung melakukan komunikasinya secara efektif di dalam berbagai macam kegiatan, terutama dalam melakukan penyebaran informasi melalui media sosial Instagram.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti mendeskripsikan rumusan masalah sebagai berikut **Sejauhmana Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers?**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Sejauhmana **Internalisasi** Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers?
2. Sejauhmana **Identifikasi Diri** Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers?
3. Sejauhmana Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Persepsi** di Kalangan Followers?
4. Sejauhmana Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Kognisi** di Kalangan Followers?
5. Sejauhmana Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Sikap** di Kalangan Followers?
6. Sejauhmana Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Motivasi** di Kalangan Followers?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah pada sub bab sebelumnya adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena yang terjadi menggunakan metode-metode yang tepat mengenai Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang peneliti rumuskan pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Internalisasi** Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.
2. Untuk mengetahui **Identifikasi Diri** Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.
3. Untuk mengetahui Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Persepsi** di Kalangan Followers.
4. Untuk mengetahui Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Kognisi** di Kalangan Followers.
5. Untuk mengetahui Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Sikap** di Kalangan Followers.
6. Untuk mengetahui Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap **Motivasi** di Kalangan Followers.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi. Penelitian inipun diharapkan dapat berguna bagi penelitian-penelitian relevan selanjutnya yakni sebagai studi perbandingan dan penerapan teori teori yang berkaitan mengenai Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti terutama mengenai Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.

b. Kegunaan untuk Akademik / Program Studi

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan literatur bagi peneliti selanjutnya. Khususnya mengenai Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.

c. Kegunaan untuk Humas Pemerintah Kabupaten Bandung

Kegunaan ini diharapkan mampu menjadi bahan informasi serta evaluasi Humas Pemerintah Kabupaten Bandung mengenai Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg Terhadap Citra Instansi di Kalangan Followers.