

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi adalah langkah ataupun tahapan penting dalam proses perencanaan untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga tujuan yang telah ditetapkan perusahaan atau organisasi tercapai serta meminimalisir kegagalan maka sebuah strategi diperlukan.

Pengertian strategi menurut Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., mengatakan bahwa aspek terpadu dari sebuah rencana (*plan*), sedangkan rencana adalah produk dari perencanaan (*planning*), dan perencanaan pada akhirnya merupakan salah satu aspek yang mendasar dari proses manajemen merupakan pengertian dari strategi. (Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan, 2014: 133).

Strategi dalam sebuah perusahaan dilakukan untuk memaksimalkan pelaksanaan suatu program atau kegiatan agar dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Dapat dikatakan bahwa jika suatu perusahaan tidak memiliki rencana untuk melaksanakan programnya, maka dalam mencapai target dengan hasil yang maksimal serta optimal akan lebih sulit.

Seseorang yang memiliki tanggung jawab dan kredibilitas dalam melaksanakan program kerja, serta seseorang yang bertindak sebagai penghubung dengan publik internal dan eksternal dibutuhkan dalam sebuah perusahaan. Salah satunya adalah seorang humas, menurut Cutlip, Center, dan

Broom (2006), yang dikutip oleh Keith Butterick (2014) dalam bukunya Pengantar “*Public Relations: Teori dan Praktik*”, humas didefinisikan sebagai berikut:

“*Public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai public yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya.” (Cutlip, Center, dan Broom dalam Butterick, 2014: 8-9).

Seorang praktisi humas harus mampu membangun, memelihara hubungan positif serta menjadi perantara atau jembatan di antara perusahaan dengan publiknya. Dalam menjalankan tugasnya, humas memiliki berbagai kewajiban, salah satu tugas yang dapat dilakukan humas ialah dengan melakukan penyinkronan informasi dari perusahaan sehingga tercapai kedekatan, pengertian, serta interaksi harmonis dengan publik. (Silviani, 2020: 44).

Praktisi humas telah melakukan komunikasi dengan publik, melalui pemberian informasi. Menurut Raymond Ross, komunikasi dilakukan untuk membantu membangkitkan respon yang sesuai dengan maksud komunikator kepada publik dengan dilakukannya proses memilah, menentukan, serta pengiriman simbol-simbol yang sesuai. (Raymond Ross dalam Solihat et al, 2015:4), sehingga dengan berkomunikasi, praktisi humas berusaha untuk membangun komunikasi dua arah serta menjalin hubungan baik dengan publik.

Seorang humas memerlukan sebuah strategi untuk menyampaikan dan membuat informasi agar pesan yang disampaikan lebih akurat, faktual, terarah,

serta informatif. Pengertian strategi humas menurut Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan Manajemen Jayakarta, adalah:

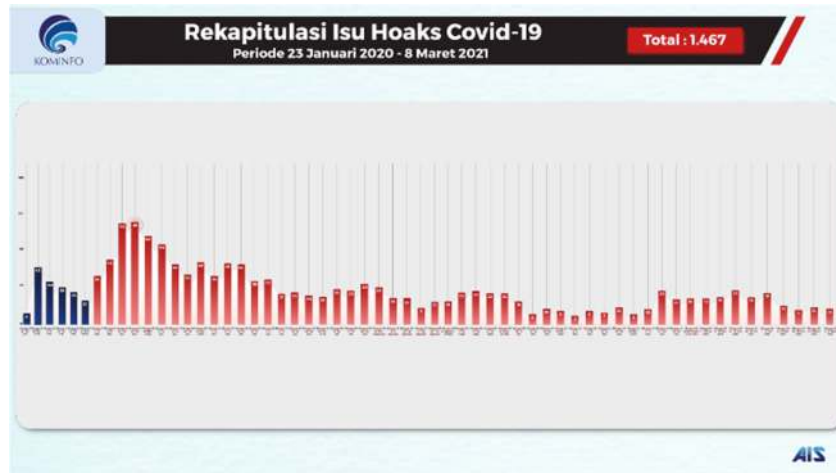
“Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan public relations dalam kerangka suatu rencana public relations (*public relations plan*).” (Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan, 2014: 134).

Seperti Dinas Kesehatan Kota Bandung selaku instansi yang bergerak di bidang kesehatan mulai mengalami kesibukan dalam menjalankan kegiatannya, seperti dalam memberikan informasi terkait kesehatan kepada publik yang disampaikan melalui humas. Namun, dalam penelitian ini akan lebih membahas informasi tentang Covid-19.

Di media sosial informasi tentang Covid-19 banyak sekali beredar, seperti awal mula, penanganan, dan sebagainya, semakin lama jumlah informasi yang beredar semakin banyak, dan informasi hoaks mulai beredar. Hal ini tentunya membuat persepsi publik tentang virus Covid-19 menjadi menyeramkan dan menimbulkan rasa takut serta cemas. Sebagai instansi pada bidang kesehatan, sangat penting untuk merespon dengan cepat dalam menangkal informasi hoaks yang beredar, sehingga publik akan lebih memahami virus Covid-19 dan mengurangi rasa takut tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), terdapat 1.467 informasi hoaks terkait Covid-19 yang beredar ke publik. Hasil dari data ini dihitung dari bulan Januari 2020 hingga Maret 2021. Data terdapat pada Gambar 1.1.

Gambar 1. 1
Data Hoaks terkait Covid-19, 2020



Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO)
 (web.kominfo.go.id)

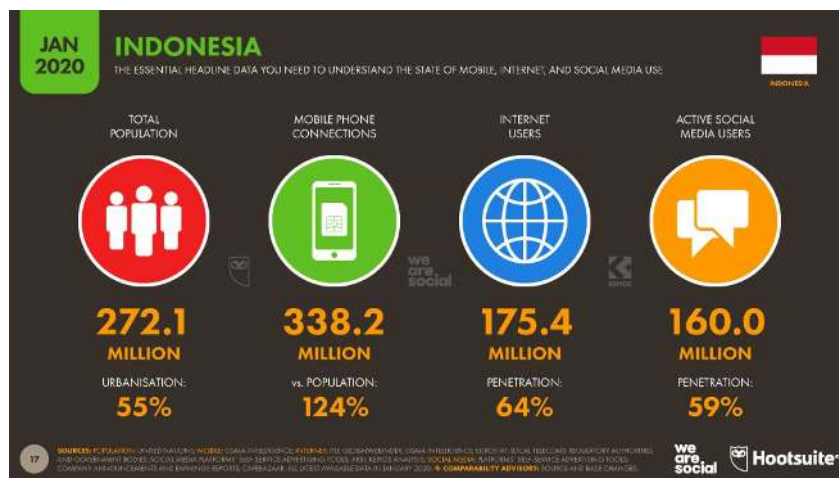
Berdasarkan data diatas, maka penting bagi seorang yang kredibel untuk mencegah hal tersebut karena semakin banyak informasi yang beredar tentunya akan merugikan publik apabila semakin lama dibiarkan. Seorang praktisi humas di masa pandemi Covid-19 tentu memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi positif kepada publik. Berikut ini peneliti kutip berita dari situs web Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS) (<http://www.perhumas.or.id>), yang menyatakan:

“Masyarakat saat ini bingung antara informasi dan misinformasi. Sebesar 80% masyarakat mendapatkan informasi menggunakan media sosial, dan 51% mendapatkan informasi menggunakan aplikasi chat. 72% percaya konten berita yang diproduksi media kredibel, ... , PR mempunyai peran pada saat ini untuk mengurangi kebingungan publik melalui informasi yang positif dan terpercaya. Pemilihan konten dan lewat mana konten itu disalurkan memegang peran penting. Informasi yang praktis sangat diperlukan di level domestik. Memberikan informasi yang bersifat praktikal ini menjadi solusi alternatif pemberitaan guna mengatasi kejenuhan informasi pandemi.” (Perhumas, 2020).

Informasi hoaks menyebar lebih cepat melalui media sosial menurut berita yang disampaikan diatas. Media sosial sendiri merupakan media berbasis internet yang memungkinkan siapa saja, kapan saja, untuk berkomunikasi atau berbagi ide.

Gambar 1. 2

Data Populasi dan Pengguna Media Sosial

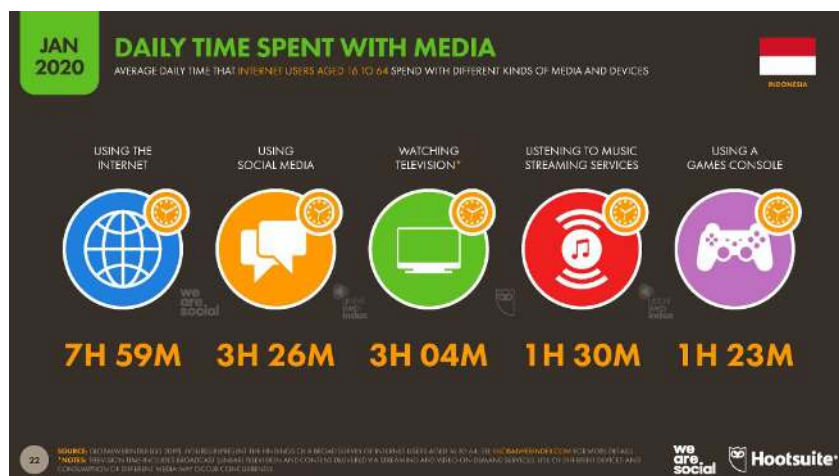


Sumber: Andi.Link

(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

Gambar 1. 3

Data Waktu Dalam Mengakses Media



Sumber: Andi.Link

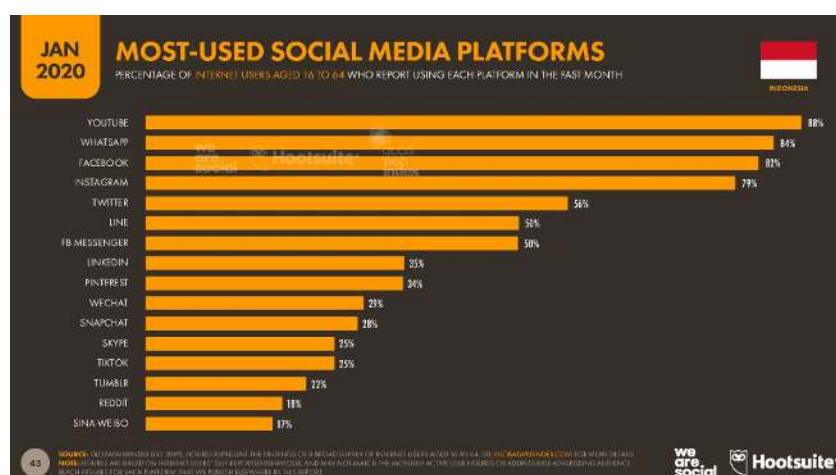
(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

Orang-orang di Indonesia dalam menggunakan dan mengakses media sosial dapat dikatakan tinggi, berdasarkan statistik dari We Are Social, Hootsuite, 2020, yang menunjukkan bahwa sebagian besar orang di Indonesia menghabiskan 3 jam 26 menit di media sosial dan ada 160 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, terhitung 59% dari total penduduk serta 99% menggunakan ponsel sebagai sarana dalam mengakses media sosial. (Andi.Link, 2020).

Publik lebih tertarik menggunakan media sosial karena kemudahan yang diberikannya. Media sosial juga dapat digunakan oleh siapa saja untuk menyebarkan informasi dengan cepat, sehingga memudahkan publik dalam mendapatkan informasi. Karena kemudahannya dan dapat digunakan oleh siapa saja, membuat informasi yang beredar belum tentu akurat ataupun sesuai dengan fakta, sehingga informasi hoaks semakin mudah untuk disebarluaskan melalui media sosial.

Gambar 1. 4

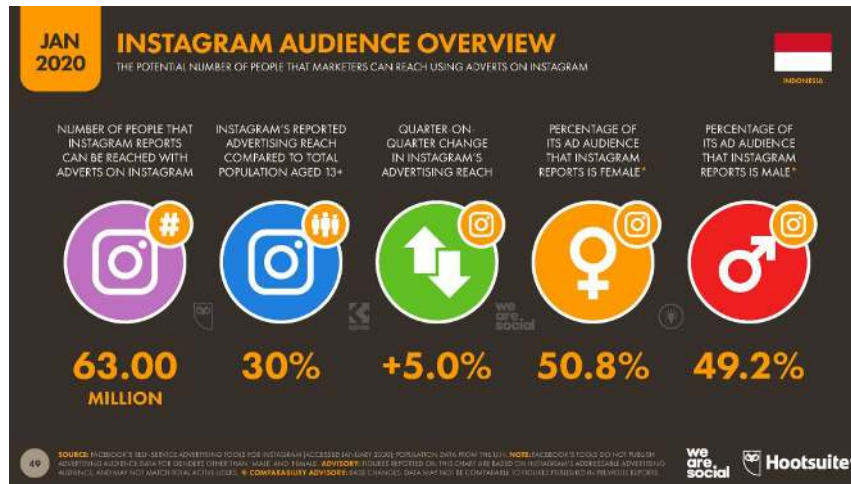
Data Platforms Media Sosial Yang Paling Aktif



Sumber: Andi.Link

(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

Gambar 1.5
Data Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia Pada Tahun 2020



Sumber: Andi.Link

(<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

Berdasarkan data diatas yang dikutip dari We Are Social, Hootsuite, bahwa pengguna Instagram di Indonesia berjumlah pada tahun 2020 sebesar 63 juta jiwa, sebanyak 79% dari jumlah populasi dan berada pada urutan keempat. (Andi.Link, 2020).

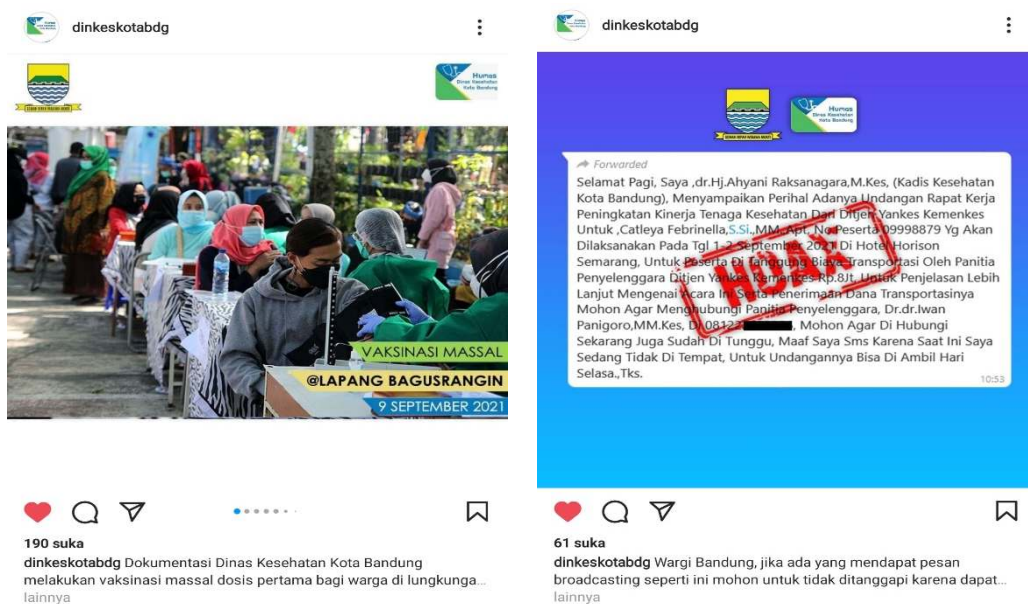
Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung perlu untuk memutuskan media mana yang sesuai untuk digunakan dan membutuhkan strategi agar informasinya mudah diterima serta dapat dipahami baik oleh publik. Instagram dipilih karena sesuai dengan data yang dikutip dari We Are Social, Hootsuite ialah media yang digunakan banyak dan dikenal oleh publik sehingga informasi yang diberikan lebih cepat untuk dijangkau dan diterima.

Dinas Kesehatan Kota Bandung sendiri memiliki akun Instagram (@dinkeskotabdg) dengan *followers* sekitar 18 ribu dan memiliki sekitar 1.498 unggahan yang berisi informasi terkait kesehatan dan masih aktif menyebarkan

informasi kesehatan hingga saat ini, namun fokus dalam penelitian ini adalah pada informasi Covid-19.

Gambar ataupun video yang diunggah di akun Instagram-nya menyajikan informasi tentang Covid-19, seperti kapan dan di mana lokasi vaksinasi, bagaimana mencegah diri dari virus Covid-19, klarifikasi tentang informasi hoaks, dan lainnya. Adapun beberapa contoh unggahan pada akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Bandung, dapat dilihat pada gambar 1.2.

Gambar 1. 6 Postingan Media Sosial Instagram Dinas Kesehatan Kota Bandung



Sumber: Instagram Dinas Kesehatan Kota Bandung (@dinkeskotabdg)

Hadirnya akun media sosial Instagram yang menyajikan informasi terkait Covid dalam bentuk seperti foto ataupun video tentu memudahkan publik dalam mencari informasi tersebut dan dapat diakses oleh semua orang. Melalui Instagram juga Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung menerima berbagai pertanyaan ataupun verifikasi informasi hoaks terkait Covid-19

melalui kolom komentar ataupun *direct message* (DM), sehingga terjadi komunikasi dua arah dengan *followersnya*.

Informasi merupakan salah satu kebutuhan publik karena salah satu fungsi informasi adalah untuk menghilangkan ketidakpercayaan atau ketidakpastian. Menurut Gordon B. Davis, informasi ialah data yang diproses menjadi bermanfaat bagi penerimanya serta dapat digunakan dalam mengambil keputusan sekarang ataupun di masa mendatang. (Davis, 1991: 28).

Strategi tentu diperlukan untuk menciptakan informasi yang akurat, faktual, dan relevan. Tidak mudah untuk merancang sebuah strategi karena jika perencanaan tidak dilakukan dengan benar, hasilnya akan kurang maksimal dan kurang optimal. Sehingga seorang humas menghadapi tantangan dalam merencanakan dan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa informasi disajikan secara akurat dan sesuai dengan tujuan.

Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas terkait strategi humas karena seorang praktisi humas di dalam perusahaan memiliki peran penting salah satunya, yaitu sebagai perantara antara perusahaan dengan publik. Sehingga dalam memberikan informasi, strategi dibutuhkan agar tercapai tujuan yang ditetapkan. Penelitian ini berjudul **“Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Memberikan Informasi (Studi Deskriptif mengenai Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Makro

Rumusan makro di dalam penelitian ini, yaitu “**Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Memberikan Informasi (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*)?**”.

1.2.2 Rumusan Mikro

Berdasarkan rumusan makro yang ada di atas, maka rumusan mikro di dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana **Menentukan Masalah** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*?
2. Bagaimana **Perencanaan dan Penyusunan Program** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*?
3. Bagaimana **Tindakan dan Berkomunikasi** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*?

4. Bagaimana **Evaluasi** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini, yaitu untuk menjelaskan dan memahami **Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui Media Sosial Instagram dalam Memberikan Informasi (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*)**. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, adapun beberapa tujuan yang terdapat di dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, adapun beberapa tujuan yang terdapat di dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui **Menentukan Masalah** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.

2. Untuk Mengetahui **Perencanaan dan Penyusunan Program** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.
3. Untuk Mengetahui **Tindakan dan Berkomunikasi** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.
4. Untuk Mengetahui **Evaluasi** yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai materi dalam peningkatan disiplin ilmu komunikasi secara umum, dan lebih spesifik mengenai strategi hubungan masyarakat (humas) terkait penyampaian informasi dan diharapkan dapat menjadi sebagai bahan literatur untuk fokus penelitian selanjutnya yang serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi

khususnya konsentrasi humas yang didapat selama perkuliahan sebagai mahasiswa.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas atau *Public Relations* secara khusus dan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum sebagai literatur untuk penelitian yang memiliki topik penelitian serupa mengenai Strategi Humas.

3. Bagi Dinas Kesehatan Kota Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bisa menjadi materi rekomendasi dan bahan evaluasi untuk bidang humas Dinas Kesehatan Kota Bandung terkait Strategi Humas Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.

4. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat sebagai bahan informasi dan juga pemahaman terkait Strategi Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Terkait Covid-19 Di Masa Pandemi Kepada *Followers*.