

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung (PROKOPIM) merupakan salah satu lembaga pemerintahan yang mengimplementasikan digital public relations sebagai fasilitator komunikasi bagi masyarakat untuk memahami serta mengetahui penyelenggaraan program Pemerintahan Daerah Kota Bandung. Hal tersebut dilakukan melalui akun Twitter @halo_bandung yang mempunyai fungsi sebagai tempat publikasi Pemerintahan Daerah Kota Bandung dalam menyebarkan informasi serta meningkatkan layanan publik.

Hidayat et al. (2020) digital media relations merupakan kebutuhan seiring adanya budaya baru di masyarakat dimana berupa perilaku komunikasi secara digital, seiring perkembangan teknologi digital media disebut sebagai komunikasi modern. Pendekatan modern atau bisa disebut digital public relations merupakan cara kerja public relations yang menyatu dengan teknologi digital. Kemajuan teknologi telah diterima dengan baik oleh sebagian besar kalangan masyarakat. Keleluasaan internet dalam suatu teknologi membuat semakin banyak aplikasi-aplikasi berbasis internet yang diproduksi oleh perusahaan. Pemerintah tidak bisa menghindari perkembangan teknologi merupakan sumber informasi pemerintah yang diharuskan dapat menjangkau seluruh masyarakat. Sekarang ini merupakan tantangan bagi pemerintah agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya perkembangan teknologi media baru dalam bentuk media sosial. Hand

& Ching mengungkapkan bahwa media sosial memungkinkan pemerintah dapat memberikan informasi dan mencari masukan serta opini dari publik yang relevan (Putra, 2018;14).

Terkait hal itu sudah menjadi peran dan tanggung jawab pemerintah sendiri dalam memberikan keterbukaan informasi kepada masyarakat, seperti yang tertuang dalam UU No. 14 Tahun 2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik bertujuan untuk:

1. menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik;
2. mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik;
3. meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik
4. mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan;
5. mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak;
6. mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa; dan/atau
7. meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan Badan Publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas.

8. <http://ppid.rsjd-sujarwadi.jatengprov.go.id/halaman/detail/tentang-keterbukaan-informasi-publik->

Selanjutnya sebagai alat atau media yang mampu menunjang penyampaian informasi tersebut, hadirilah media sosial, yang merupakan salah satu bentuk dari media digital yang mampu menciptakan pola komunikasi baru yang lebih cepat dan mudah dalam mengakses segala sesuatu termasuk informasi, serta mempunyai daya tarik dengan berbagai fitur didalamnya yang memberikan dampak yang begitu besar dan luas.

Disisi lain pentingnya suatu informasi bagi masyarakat adalah sebuah dapat menjadi kekuatan dasar dari sebuah pengetahuan, atau yang biasa disebut *knowledge is power* , barang siapa menguasai pengetahuan dia akan menguasai dunia, demikianlah arti pentingnya pengetahuan, pada konteks ini untuk mendapatkan pengetahuan tersebut yakni dari informasi itu sendiri. Karena dengan mencari atau mendapatkan informasi merupakan usaha untuk kita mengetahui banyak hal yang dapat menunjang untuk kebutuhan hidup kita kedepannya. Tanpa menguasai informasi maka orang akan pasif atau tidak tahu apa-apa terkait banyak hal, tetapi jika sebaliknya, seseorang akan mendapat suatu rangsangan atau pengetahuan yang kelak akan menimbulkan kreativitas atau sesuatu yang mampu diaplikasikan dalam kehidupan.

Saat ini hampir semua orang menggunakan media sosial karena memudahkan khalayak dalam memperoleh dan membagikan informasi. Pengguna media sosial semakin luas tidak hanya individu, tetapi semua aspek kehidupan manusia baik pada bidang sosial, ekonomi, politik, dan hiburan. Protokol

Komunikasi Pimpinan Kota Bandung (Prokopim) memanfaatkan hal tersebut guna meningkatkan pelayanan informasi bagi publiknya. Prokopim Kota Bandung menggunakan media sosial Twitter karena dianggap memiliki kelebihan yang cukup efektif dalam membantu menyebarkan informasi dengan cepat kepada publiknya serta dapat berkomunikasi lebih dekat dengan publik melalui fitur yang dimiliki media social.

Salah satu aplikasi berbasis internet yang paling diminati saat ini adalah aplikasi media sosial twitter. Aplikasi ini merupakan media sosial yang bersimbol burung berwarna biru. Jumlah pemakai akun ini di Indonesia mencapai kurang lebih 20 juta. Pengguna Twitter sendiri bisa terdiri dari berbagai macam kalangan yang para penggunanya ini dapat berinteraksi dengan teman, keluarga hingga rekan kerja. Twitter sebagai sebuah situs jejaring sosial memberikan akses kepada penggunanya untuk mengirimkan sebuah pesan singkat yang terdiri dari maksimal 140 karakter (disebut tweet). Tweet sendiri bisa terdiri dari pesan teks dan foto. Melalui tweet inilah pengguna Twitter dapat berinteraksi lebih dekat dengan pengguna Twitter lainnya dengan mengirimkan tentang apa yang sedang mereka pikirkan, apa yang sedang dilakukan, tentang kejadian yang baru saja terjadi, tentang berita terkini serta hal lainnya.

Twitter @Halo_Bandung bergabung di aplikasi Twitter pada bulan Oktober 2013 dengan pengikut sebanyak 59,5 ribu orang, postingan yang terdapat pada twitter Prokopim Kota Bandung berisi berbagai macam informasi mengenai kegiatan Wali Kota Bandung dalam melaksanakan dan mengikuti program - program di Kota Bandung, informasi mengenai program-program kegiatan yang

ada Kota Bandung, informasi mengenai segala hal yang berhubungan dengan Covid-19, serta beberapa informasi mengenai situasi di Kota Bandung. (Observasi pada akun Twiter @halo_bandung Prokopim Kota Bandung)

Terlihat adanya perkembangan dalam pengemasan konten yang diunggah. Konten informasi kini diunggah dengan lebih bervariasi dengan desain yang lebih bervariasi dan mengeluarkan warna dibanding dengan sebelumnya yang tidak terlalu mengeluarkan warna sehingga terlihat lebih redup. Pemilihan desain, warna, serta captions dapat mempengaruhi dalam menarik minat khalayak untuk melihat serta membaca konten informasi yang dibuat dan dibagikan. (Observasi pada akun Twiter @halo_bandung Prokopim Kota Bandung)

Berada di era digital dimana khalayak sudah sangat dekat dengan media sosial, pengelolaan digital PR pada lembaga pemerintahan mempunyai kesempatan yang luas untuk menciptakan *corporate image* lembaga yang positif melalui informasi yang dibagikan pada akun resmi media sosial lembaga pemerintahan. Banyak sekali Lembaga pemerintahan yang menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat dalam pelaksanaan kegiatan, antara peran media sosial dan kegiatan praktisi *public relations* merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam mencapai publik di dunia digital.

Konten yang banyak diminati oleh khalayak pada akun Twiter @halo_bandung yaitu konten informasi mengenai kegiatan para pimpinan daerah seperti Wali Kota dan Wakil Wali Kota dalam melaksanakan program-program di Kota Bandung, konten informasi mengenai program kerja atau kegiatan-kegiatan yang dicanangkan pemerintah kota Bandung kepada publik, serta tentunya merespon

konten informasi mengenai berita yang sedang ramai di masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari respon masyarakat melalui like dan comment pada unggahan poster konten informasi yang dibagikan oleh akun Twiter @halo_bandung. (Observasi pada akun Twiter @halo_bandung Prokopim Kota Bandung)

Pada hal media pemerintahan ini @halo_bandung oleh Prokopim dan @humasjabar oleh Dinas Kominfo Provinsi Jabar pada praktiknya memang sama, yakni memberikan informasi terkait pemerintahan dan apa yang terjadi ditengah masyarakat, yang membedakan adalah cakupannya, jika @humasjabar secara informasi memang diperuntukan untuk seluruh daerah Jawa Barat, sedangkan @halo_bandung hanya untuk sekitaran masyarakat Bandung, karena cakupannya yang hanya pemerintahan kota Bandung.

Terlihat pada akun Twiter @halo_bandung tidak hanya konten informasi mengenai pelaksanaan program – program yang ada di Kota Bandung, Prokopim Kota Bandung bekerjasama dengan beberapa lembaga, instansi, organisasi, mengadakan beberapa lomba dan sayembara serta mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi. Banyak masyarakat yang antusias dan mengikuti berbagai macam perlombaan tersebut, peserta yang terpilih akan mendapat hadiah sebagai bentuk penghargaan.(Observasi pada akun Twiter @halo_bandung Prokopim Kota Bandung).

Melihat realitas tersebut, untuk menjawab kebutuhan penelitian, peneliti akan menggunakan konsep teori *The Circular Model of SOME* milik Regina Luttrell sebagai rumusan-rumusan masalahnya, Dalam buku *Social Media How to Engage, Share, and Connect*, Luttrell menyebutkan terdapat beberapa tahap atau

aspek yang perlu diperhatikan dalam mengelola media sosial, diantaranya adalah *Share* (Menyebarkan), dalam hal ini komunikator harus mempunyai strategi dalam menggunakan media sosial serta media apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif, kedua adalah *Optimize* (Optimisasi) yaitu mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Ketiga *Manage* (Mengatur), yaitu bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik dan tepat. Keempat adalah *Engage* (Melibatkan), yaitu dalam pengelolaan media sosial melibatkan *audience* dan *influencers* merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut, karena pemanfaatan, perencanaan hingga pengaplikasian *new media* untuk kebutuhan public relations pada lembaga Pemerintahan Daerah dapat membangun *awareness* serta menjaga komunikasi yang baik antara lembaga dengan publiknya. Lembaga Pemerintahan saat ini diharapkan dapat mengikuti dan mengimbangi perkembangan teknologi komunikasi yang semakin berkembang untuk mendukung penyelenggaraan program serta tugas Pemerintah Daerah agar lebih maksimal, komunikasi dengan media sosial dianggap efektif dalam kegiatan humas dalam menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan beragam segmentasi masyarakat, tentunya untuk memberikan informasi-informasi terkait apa yang dibutuhkan masyarakat kota Bandung khususnya, sehingga komunikasi bisa berlangsung lebih cepat beriringan dengan media massa lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis memilih judul “Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung Oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota

Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung)”.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya serta sesuai dengan temuan data pra penelitian pengamatan pada Twiter @halo_bandung, maka fokus penelitian ini yaitu mengenai “**Bagaimana Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung Oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung)?**”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan yang telah dijelaskan oleh peneliti diatas, maka peneliti mengambil tiga pertanyaan mikro. Adapun pertanyaan mikro dalam penelitian ini:

1. Bagaimana tahap *Share* (menyebarkan) pada Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung?
2. Bagaimana tahap *Optimize* (mengoptimalisasikan) pada Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota

Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung?

3. Bagaimana tahap *Manage* (mengelola) pada Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung?
4. Bagaimana tahap *Engage* (melibatkan) pada Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan secara dalam tentang “Bagaimana Pemanfaatan Akun Twiter @Halo_Bandung Oleh bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui tahap *Share* (menyebarkan) pada Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

2. Untuk Mengetahui tahap *Optimize* (mengoptimalkan) pada Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.
3. Untuk Mengetahui tahap *Manage* (mengelola) pada Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.
4. Untuk Mengetahui tahap *Engage* (melibatkan) pada Pemanfaatan Akun Twiter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini secara teoritis diharapkan dapat berguna untuk pengembangan pengetahuan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menjadi sarana untuk mengembangkan keilmuan yang ilmunya berhubungan dengan ilmu komunikasi dalam hal Pemanfaatan media sosial.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan bagi peneliti

Penelitian ini merupakan sebuah aplikasi ilmu yang selama studi diterima secara teori dan diharapkan dapat menambah wawasan bagi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan peneliti membahas mengenai bagaimana Pemanfaatan Akun

Twitter @halo_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

2. Kegunaan bagi Akademik

Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat menjadi tambahan untuk bahan referensi penelitian serta literatur bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Kegunaan bagi pemerintah Kota Bandung

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dimasa yang akan datang. Selain itu penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi untuk Pemerintah Kota Bandung sehubungan dengan Pemanfaatan Akun Twitter @halo_bandung dalam pemenuhan kebutuhan informasi.