

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada mulanya komunikasi yang dilakukan humas terkait pemenuhan informasi publik dilakukan secara konvensional atau dapat dikatakan persebaran informasinya dilakukan melalui media cetak seperti koran ataupun melalui siaran televisi. Hal ini tentunya sudah kurang efektif karena perkembangan teknologi di era revolusi industri 4.0. Oleh karena itu pada masa kini masyarakat memiliki kecenderungan untuk menjelajahi informasi melalui internet. Sehingga humas pemerintah selaku pemberi layanan dasar kepada masyarakat berupa informasi harus melakukan penyesuaian dengan beralihnya media publikasi yang semula konvensional ke arah digital yakni penggunaan media digital seperti website, blog dan media sosial lainnya.

Humas pemerintah kini umumnya sudah mulai melakukan kegiatan publikasi atau persebaran informasi kepada masyarakat melalui media digital, hal ini selaras dengan berkembang pesatnya kemajuan digital di dunia kini. Seperti halnya Humas Pemerintahan kota Bandung yang dalam lingkup pekerjaannya dibawah naungan dari Dinas Komunikasi dan Informatika kota Bandung yang pada saat ini memanfaatkan kemudahan akses internet dan juga banyaknya platform digital yang bisa digunakan sebagai media persebaran informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Humas kota Bandung menggunakan beberapa platform media digital dalam kegiatan publikasi informasi seperti website resmi Diskominfo kota Bandung (<https://diskominfo.bandung.go.id/>) dan beberapa media sosial seperti Instagram dengan nama pengguna (*username*) ( @diskominfobdg serta @humas\_bandung),

Tiktok dengan nama pengguna (*username*) (Humas Kota Bandung), dan terakhir kanal Youtube dengan chanel (Diskominfo Kota Bandung). Berdasarkan berbagai jenis media digital atau media sosial yang digunakan Humas Pemerintah kota Bandung dalam kegiatan sosialisasi / publikasi informasinya ini terdapat perbedaan jumlah pengikut pada masing – masing platform yang digunakan tersebut. Seperti halnya berdasarkan data terkini pada akun Instagram @Humas\_bandung memiliki jumlah pengikut 47.800 orang dan pada akun @Diskominfobdg memiliki jumlah pengikut sebanyak 15.100 orang. Sedangkan pada platform lainnya seperti Tiktok Humas Kota Bandung memiliki pengikut sebanyak 7140 orang dan terakhir untuk kanal Youtube Diskominfo Kota Bandung terdapat 7.930 pengikut (Sumber: Arsip Peneliti, 2023) . Sehingga dapat dikatakan sudah cukup banyak masyarakat kota Bandung maupun diluar kota Bandung yang mengikuti beberapa *platform* media sosial humas pemerintah kota Bandung sebagai sarana persebaran informasinya.

Dari sekian banyak media social yang dipergunakan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung ini memiliki keunikan tersendiri karena terdapat beberapa program unggulan seperti halnya program Bandung Menjawab yang mengambil konsep Podcast dengan menghadirkan narasumber-narasumber pemerintah yang cukup menarik perhatian masyarakat. Selain itu kota Bandung pernah meraih prestasi sebagai kota Informatif pada tahun 2022 pada kategori Pemerintah Kabupaten/Kota Informatif dengan E-Monev Keterbukaan Informasi pada Bagian Publik Tahun 2022. Hal tersebut tentunya di dorong oleh aktifnya Humas Pemerintah kota Bandung dalam melakukan publikasi informasi kepada masyarakat melalui berbagai media utamanya media digital terkini.

## Gambar 1.1

### Website Diskominfo Kota Bandung

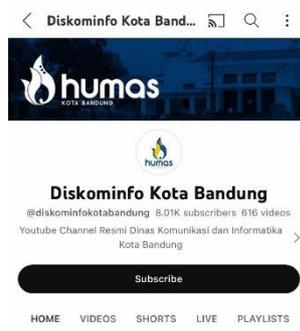


(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

Berikut merupakan tampilan website resmi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung yang umumnya memuat informasi terkait Struktur Organisasi, Berita, Galeri Diskominfo, Layanan dan lainnya.

## Gambar 1.2

### Kanal Youtube Diskominfo Kota Bandung



(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

Berikut merupakan tampilan kanal Youtube Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung yang saat ini sudah memiliki kurang lebih 8.100 pengikut ( *subscribers* ). Pada kanal tersebut mengunggah video berupa informasi seputar kota

Bandung yakni makanan, sosok berpengaruh di Kota Bandung dan bahkan salah satu program Humas yakni Bandung Menjawab.

**Gambar 1.3**

### Instagram Diskominfo Kota Bandung



(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

Berikut merupakan akun Instagram resmi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung yang sudah memiliki pengikut sebanyak 15.100, pada akun ini umumnya mengunggah terkait kegiatan rapat, program yang akan datang serta informasi kebutuhan masyarakat lainnya.

**Gambar 1.4**

### Instagram Humas Kota Bandung



(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

Berikut merupakan tampilan akun Instagram resmi Humas Pemerintah Kota Bandung yang aktif mengunggah foto maupun video yang berisikan informasi

seputar update kota Bandung. Akun tersebut sudah memiliki pengikut sebanyak 45.000. Selain itu terdapat video informasi yang dikemas unik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.

### Gambar 1.5

#### Tiktok Humas Kota Bandung



(Sumber: Arsip Peneliti, 2023)

Berikut merupakan tampilan akun Tiktok resmi dari Humas Pemerintah Kota Bandung yang memiliki pengikut sebanyak 7.140. Muatan video yang diunggah biasanya terkait informasi tempat viral, proses pembangunan kota Bandung, serta informasi menghibur lainnya untuk masyarakat.

Pada penerapannya informasi yang diberikan melalui *platform* yang sudah disebutkan tadi umumnya dibuat sebagai konten baik unggahan foto yang berisikan informasi ataupun dikemas dengan bentuk video terkait hal – hal yang hendak disampaikan kepada masyarakat. Sebagai perumpamaan Humas Bandung cukup sering mendokumentasikan kegiatan perbaikan, pembangunan, himbauan ataupun sosialisasi yang di edit sedemikian rupa menjadi gambar atau video yang bisa di unggah melalui media sosial tersebut.

Namun kegiatan sosialisasi yang dilakukan humas pemerintah kota Bandung melalui beberapa *platform* media sosial ini memiliki jumlah partisipan / penonton yang relatif berubah-ubah tidak menentu tergantung dengan konten atau sajian informasi yang diberikan. Sehingga dapat dikatakan komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung kepada masyarakatnya ini masih belum merata dan perlu pembenahan lebih lanjut. Kondisi ini pula bisa akibat dari kurangnya sosialisasi ataupun kurangnya kesadaran maupun minat masyarakat yang berkaitan dengan informasi pemerintahan.

Lebih dalam lagi mengenai salah satu platform yang dimiliki humas pemerintah kota Bandung, yakni akun Instagram @Humas\_Bandung memiliki program kegiatan khusus yang umumnya dilaksanakan dua kali dalam sebulan dan program ini bernama Bandung Menjawab. Bandung Menjawab ini merupakan program persebaran informasi kepada masyarakat terkait perencanaan ataupun progress pembangunan yang ada di lingkup pemerintah kota Bandung.. Program kegiatan ini memiliki konsep seperti podcast yang menghadirkan tokoh-tokoh pemerintahan sebagai narasumber untuk dapat membagikan informasi kepada masyarakat terkait rancangan – rancangan yang hendak dilaksanakan, maupun kendala atau permasalahan yang ada di sekitar kota Bandung. Program ini dibuat oleh humas pemerintah kota Bandung sebagai upaya menjalin keterbukaan informasi kepada rekan wartawan maupun masyarakat luas.

Program Bandung Menjawab dilaksanakan berupa episode pada hari tertentu (bersifat tentatif waktu pelaksanaanya) dan ditayangkan secara langsung via *Live* Instagram. Namun setelah selain penayangan melalui *platform* Instagram Bandung

Menjawab ini juga ditayangkan pada kanal youtube Diskominfo Kota Bandung. Sehingga masyarakat bisa menyaksikan secara langsung melalui kedua *platform* tersebut. Pengumuman terkait edisi / episode yang akan tayang akan diunggah oleh admin Instagram seminimal mungkin 2 hari sebelum acara berlangsung, sehingga bagi masyarakat pun dipersilahkan untuk hadir secara langsung pada tempat dilaksanakannya program Bandung Menjawab ini atau pun bisa menyaksikan melalui live yang ditayangkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka calon peneliti telah merumuskan masalah dalam penelitian ini, terbagi menjadi makro dan mikro.

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Adapun pertanyaan makro dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat ( Humas ) dalam Program Kegiatan Bandung Menjawab Di Pemerintah Kota Bandung?

### **1.2.3 Rumusan Masalah Mikro**

Sementara pertanyaan mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana **Perencanaan** pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung?
2. Bagaimana **Tujuan** pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung?
3. Bagaimana **Pesan** pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung?
4. Bagaimana **Media** pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan mengenai “Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat ( Humas ) dalam Program Kegiatan Bandung Menjawab di Pemerintah Kota Bandung”. Sementara, tujuan dari penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Perencanaan pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Tujuan pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung.
3. Untuk mengetahui Pesan pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung.
4. Untuk mengetahui Media pada program kegiatan Bandung Menjawab dalam mendukung strategi komunikasi humas pemerintah kota Bandung

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis pada hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan perkembangan ilmu komunikasi utamanya terkait Strategi Komunikasi. Kajian teoritis penelitian ini kiranya dapat mengemangkan kajian terkait strategi komunikasi humas pemerintah pada beberapa program tertentu yang bertujuan untuk memberikan keterbukaan informasi kepada masyarakat.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun hasil penelitian secara praktis ini diharapkan dapat memberi suatu masukan dalam kegunaan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini bagi peneliti digunakan sebagai salah satu cara pengaplikasian ilmu dan teori yang sudah diperoleh semasa perkuliahan. Sehingga dapat pengalaman , ilmu, dan wawasan baru mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas pemerintah kota Bandung untuk memberikan keterbukaan informasi kepada khalayak masyarakat.

2. Kegunaan bagi Akademik / Program Studi

Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan juga literatur bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan juga mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya.

3. Kegunaan Bagi Diskominfo Kota Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan masukan informasi terkait pelayanan Instansi kepada khalayak. Instansi juga akan mendapatkan *feedback* dari pembaca hasil penelitian mengenai sistem pelayanan informasi publik Diskominfo Kota Bandung kepada khalayak masyarakat.