

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 memberikan berbagai informasi-informasi kebijakan yang ada dalam suatu pemerintahan kepada masyarakat.

Wali Kota Cimahi dinyatakan terbukti bersalah melakukan tindak pidana korupsi, berupa penerimaan gratifikasi, dalam pembangunan rumah sakit. Dia dihukum 2 tahun penjara. Walikota Cimahi juga didenda Rp100 juta subsidi 3 bulan kurungan. Dia pun diwajibkan membayar uang pengganti kerugian negara sebesar Rp1,5 miliar. Hukuman dijatuhkan majelis hakim yang diketuai Sulistyono dalam sidang yang digelar di Pengadilan Tipikor pada Pengadilan Negeri (PN) Bandung, Jalan LL RE Martadinata, Kota Bandung, Rabu (25/8). Kasus wali Kota tersebut sangat berdampak bagi Citra pemerintahan Kota Cimahi, Bahkan merambat sampai akun Instagram @cimahikota. Masyarakat banyak yang berkomentar tentang Wali Kota Cimahi yang terbukti Korupsi sehingga pada akun Instagram @cimahikota sempat menutup akes kolom komentar.

Maka dari itu Humas Kota Cimahi perlu meningkatkan Citra Pemerintahan agar masyarakat dapat beropini Positif kepada pemerintahan Kota Cimahi.

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 yang dilakukan oleh Humas Kota Cimahi adalah menyusun sebuah taktik dalam memberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan kota Cimahi yang dibagikan melalui media sosial Instagram. Strategi disini memikirkan bagaimana pesan yang disebarkan dapat membuat para pembaca beropini positif mengenai pemerintahan Kota Cimahi. Oleh karena itu admin Instagram dari Humas Kota Cimahi harus bisa berinovasi serta mengemukakan kreativitasnya agar membuat tampilan *Feed* dari Instagram Humas Kota Cimahi menarik agar pembaca tertarik.

Pada era ini, teknologi internet membuat komunikasi semakin mudah, lahirnya media social menjadikan komunikasi *online* digemari dan menjadi salah satu media yang populer pada masa kini. Hal ini dikarenakan penggunaan media social sangat mudah, cepat, efisien dan dapat digunakan selama tersambungnya 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 untuk meningkatkan citra pemerintahan.

Salah satu lembaga yang sedang menjalankan strategi komunikasi yaitu Humas Kota Cimahi. Awalnya segala penyebaran kegiatan-kegiatan pemerintahan hanya disebarakan melalui media cetak. 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 Cimahi 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 pemerintah Kota Cimahi 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 Cimahi memilih media 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 Cimahi fokus memilih *Instagram* untuk menyebarkan Informasi, terlebih akun Humas Kota Cimahi (@*cimahikota*) telah mempunyai *followers* yang cukup banyak.

Instagram sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai berbagai sarana. Akun *instagram* Humas Kota Cimahi @*cimahikota* terbentuk pada tahun 2017 sampai saat ini dengan jumlah *followers* 31,7rb. Dalam akun *instagram* @*cimahikota* menyebarkan informasi mengenai kegiatan pemerintahan kota cimahi.

Penyebaran informasi menggunakan media sosial Instagram sangat berpengaruh besar, Humas Kota Cimahi lebih memilih menyebarkan informasi melalui media sosial dengan alasan karena sosial media dapat diakses siapa saja namun dalam proses perencanaannya target utamanya adalah masyarakat Kota Cimahi. Lebih spesifik lagi, Humas Kota Cimahi lebih memilih sosial media Instagram dikarenakan menggunakan foto dianggap lebih menarik perhatian public. Karena dengan gambar, public dapat memvisualkan dan lebih memahami suatu kegiatan atau berita.

Dapat diartikan Humas harus melakukan segala sesuatu secara terencana dengan matang dan baik agar instansi tersebut memperoleh dukungan dari khlayaknya 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 eksternal. 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 public akan menaruh simpati serta kepercayaan terhadap pemerintahan yang baik dari public/masyarakat.

Frank Jefkns 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. Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan 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 Management Komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, 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 Cimahi ingin berhasil dalam menciptakan citra yang positif diperlukan 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 pemerintah.

Humas Kota Cimahi memiliki peran yang sangat penting dalam instansi pemerintah, oleh karena itu Humas Kota Cimahi 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.

Apabila Humas Kota Cimahi melakukan strategi yang tepat maka Pemerintah Kota Cimahi akan mendapatkan (*feedback*) yang besar dari publik eksternalnya yaitu masyarakat Kota Cimahi untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan 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 sosial media Instagram. Dimana agar mencapai suatu tujuan, diperlukan strategi komunikasi agar citra pemerintahan Kota Cimahi positif dimata masyarakat.

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian :

“Strategi Komunikasi Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram @cimahikota (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota Cimahi Melalui Media Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi)”

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 Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram @cimahikota (Studi Deskriptif Tentang Strategi Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram @cimahikota Dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi)”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

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

1. Bagaimana **Komunikasi** yang Dilakukan Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahn Kota Cimahi?
2. Bagaimana **Pesan** yang Disampaikan Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi?
3. Bagaimana **Hambatan** Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi?

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 Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Humas Kota

Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi)

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana **Komunikasi** yang dilakukan Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi.
2. Bagaimana **Pesan** yang Disampaikan Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi.
3. Bagaimana **Hambatan** yang Dialami Humas Kota Cimahi Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kota Cimahi.

1.4 Kegunaan penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis

1.4.1 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 literature bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian pada kagian utama

c. Humas Kota Cimahi

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan Humas Kota Cimahi dalam mengambil kebijakan-kebijakan dimasa yang akan datang, serta penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi Humas Kota Cimahi dalam melakukan Strategi Komunikasi dalam meningkatkan Citra Pemerintahn Kota Cimahi.

1.4.2 Kegunan Praktis

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

