

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini mengangkat tema mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang *public relations* yaitu pada Humas Setda Kota Bandung dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial. Penelitian ini berfokus pada perencanaan strategi *public relations*, model pembentukan citra, peran yang dilakukan oleh *public relations* serta faktor pendukung dan penghambat jalannya strategi komunikasi. Dikaji lebih dalam lagi mengenai enam aspek dalam model perencanaan strategi *public relations*. Adapun alasan lain mengapa penelitian ini dirasa menarik karena beberapa faktor, yaitu:

*Kesatu*, semakin banyaknya lembaga pemerintahan yang memanfaatkan penggunaan media sosial dalam kebutuhannya untuk mencapai generasi millennial yang aktif menggunakan instagram. Dapat dilihat dari banyaknya akun-akun instagram pemerintah daerah maupun dinas-dinas yang menggunakan media sosial sebagai jembatan penghubung antara pemerintah dengan warga pengguna aktif media sosial. Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak fitur untuk berinteraksi dengan penyedia layanan bila dibandingkan dengan media sosial yang lain. Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak fitur untuk berinteraksi dengan penyedia layanan bila dibandingkan dengan media sosial yang lain.

Akun media sosial suatu lembaga merupakan representasi dari lembaga tersebut, sehingga akibat dari penggunaannya akan menjadi tanggung jawab lembaga atau pengelola media sosial tersebut. Akan tetapi banyak akun-akun yang menyerupai atau akun palsu maupun akun para pegawai yang diluar pengelolaan yang mungkin dianggap sebagai akun resmi agar diketahui masyarakat (Kurniasih, 2013, hlm. 8). Popularitas media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah merevolusi cara dunia

dalam berkomunikasi. Penggunaan media sosial saat ini tentu saja akan mengubah cara suatu lembaga pemerintah dalam berkomunikasi yang mulanya hanya satu arah kini menjadi kesegala arah. *Public relations* bagi pemerintah merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerja sama dengan pers, media cetak atau elektronik (Ruslan, 2014, hlm. 34).

*Kedua*, keberadaan *public relations* yang sangat penting pada pemerintahan dalam membentuk citra. Citra dan reputasi sebuah lembaga yang positif dapat menunjang kinerja lembaga tersebut, jika sebuah lembaga memiliki citra positif maka dukungan publik (*stakeholder*) akan mengalir dengan sendirinya. Dukungan publik sangat mutlak diperlukan bagi keberlangsungan sebuah lembaga. Sebuah lembaga tidak akan pernah hidup dan berkembang apabila tidak pernah mendapatkan dukungan dari publik (*stakeholder*) (Kamirus, 2013, hlm. 193).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Missy Graham dan Elizabeth Avery (2013) dalam penelitian yang berjudul *Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level* menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang dibangun oleh seorang humas atau *public relations* di pemerintah tidak hanya harus membentuk kepercayaan bagi publik, namun harus memberikan citra positif sehingga dapat merubah pandangan publik. Meningkatkan citra bagi pada suatu lembaga pemerintah adalah hal penting dan dapat menunjukkan bahwa fungsi dan peranan dari humas atau *public relations* telah berjalan dengan baik. Potensi membangun hubungan media sosial sangat berharga bagi para humas karena membangun hubungan merupakan inti dari hubungan masyarakat itu sendiri. Seorang praktisi humas di pemerintahan memiliki banyak alat untuk terlibat langsung dan berkomunikasi dengan warga.

Peranan humas pada lembaga pemerintah yaitu untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan

mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publiknya. Pentingnya peran Humas pada instansi dan lembaga pemerintahan dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatan dan operasinya diberbagai tempat dan berbagai bidang (Lubis, 2012, hlm. 10).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2012) tentang Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah ditemukan bahwa berdasarkan peran yang dimilikinya, humas sebenarnya lebih merupakan aktivitas mengelola arus pesan/komunikasi yang terjadi di institusinya. Di mana pesan itu dapat menjadi sumber hidup diinstitusinya, maka upaya untuk membangun understanding, goodwill dan image (citra) dengan para stakeholdernya serta merta akan mudah dicapai. Temuan pada penelitian tersebut mendukung teori Lattimore (2010) bahwa kegagalan peran humas dalam membentuk citra positif pemerintahan disebabkan peranan humas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan pemerintahan tidak berdasarkan model komunikasi simetris dua arah.

Peranan Humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut dimata publiknya. Pentingnya peran Humas instansi dan lembaga perintah dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatan dan operasinya diberbagai tempat berbagai bidang. Teknik yang digunakan dalam humas dipemerintah tidak ada bedanya dengan teknik yang digunakan humas dibidang lain yaitu penyampaian informasi dan komunikasi (Moore, 2004, hlm 56).

Citra sengaja diciptakan oleh Humas pada pemerintah dalam bentuk kegiatan, kampanye dan program. Citra yang kuat dan menguntungkan muncul ketika organisasi menciptakan kepuasan nyata bagi kliennya dan membuat orang lain mengetahuinya. Organisasi harus mengkomunikasikan kepada publik informasi

tentang siapa mereka, apa yang mereka hasilkan, dan bagaimana mereka mempengaruhi atau dipengaruhi oleh urusan masyarakat (Onyengo, 2014, hlm. 110).

*Ketiga*, untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* dipemerintahan dalam membentuk citra. Perlu dikaji mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* dalam upaya membentuk citra. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations*. Selain itu penting untuk dikaji lebih dalam mengenai bagaimana model pembentukan citra yang dilakukan serta bagaimana peran yang dilakukan oleh *public relations* dalam membentuk citra pada media sosial.

Dalam implementasinya, strategi *public relations* yang hendak dibangun oleh seorang *public relations* dapat memberikan kepercayaan kepada publik tidak hanya untuk memperoleh citra positif. Akan tetapi citra positif yang telah dibangun harus dipertahankan karena akan berpengaruh terhadap reputasi pemerintahan. Apabila kepercayaan publik tersebut hilang karena pemberitaan negatif maka pemerintah akan kesulitan dalam mengembalikan kepercayaan publik tersebut (Herlina, 2015, hlm. 494).

Tujuan Humas pemerintahan adalah membuat berbagai program pemerintah yang dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Strategi yang dibangun seorang humas pada lembaga pemerintah harus dapat menanamkan kepercayaan kepada publik, tidak hanya untuk memperoleh citra positif. Akan tetapi citra positif yang sudah dibangun perlu dipertahankan, karena memiliki pengaruh dengan reputasi pemerintah. Begitu kepercayaan publik luntur akibat reputasi negatif maka akan sulit bagi pemerintahan untuk memulihkan kepercayaan tersebut (Herlina, 2015, hlm. 496).

Seorang humas dipemerintahan harus menyesuaikan strategi komunikasi mereka dan memasukan media sosial sebagai salah satu strategi komunikasi yang baru. Media sosial ini memiliki sifat yang terbuka sehingga dapat menghilangkan hambatan komunikasi yang dialami oleh pemerintah pada masa lalu. Pemerintah yang

terkesan tertutup pada masyarakat kini dapat berubah menjadi terbuka dengan memberikan transparansi kepada masyarakat dalam mengakses informasi dari pemerintahan tersebut (Graham, 2014, hlm. 12)

Pada persaingan institusi, pemerintah telah memperoleh perubahan yang besar dari perkembangan internet saat ini. Jumlah pengguna internet yang meningkat setiap waktunya ini menjadikan internet sebagai media yang sering digunakan pada saat ini. Hal tersebut merupakan tantangan baru bagi para humas pada lembaga pemerintah untuk menciptakan citra yang sesuai dengan visi misi dengan jalannya institusi tersebut. Perkembangan internet dan media sosial menjadi suatu kebaruan pada proses komunikasi pada pemerintah. Media sosial dapat meningkatkan interaktivitas antara pemerintah dan juga publik, media sosial dapat menjangkau populasi yang tidak menggunakan media tradisional. Teknologi ini dapat memungkinkan pemerintah untuk membangun hubungan dan citra kepada masyarakat dalam lingkungannya (Onyiengo, 2014, hlm. 111).

Media sosial Instagram yang digunakan oleh humas adalah langkah cerdas yang dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk lebih dekat dengan warganya. Media sosial memberi pemerintah kemampuan untuk meningkatkan hubungan pemerintah dengan warga yang mana akan berdampak signifikan terhadap citra dari pemerintah itu sendiri. Selain itu, media sosial akan meningkatkan kemampuan pemerintah untuk berinteraksi dan terlibat dengan warganya serta untuk memenuhi kebutuhan warga akan transparansi. Sangat penting bagi suatu lembaga pemerintah untuk memiliki strategi untuk memanfaatkan media sosial (Graham & Avery, 2013, hlm. 5).

Bentuk humas pada pemerintah yang lebih terbuka telah dibantu dengan penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi pemerintah daerah, karena ini adalah tingkat pemerintahan lokal di mana warga negara sering merasakan akses secara langsung dan potensi penting dalam tata kelola. Media sosial memberikan pemerintah kemampuan untuk meningkatkan hubungan pemerintah dengan warga, namun hanya ada sedikit penelitian mengenai sejauh mana pemerintah daerah benar-

benar menggunakan media sosial untuk menginformasikan dan melibatkan publik. Media baru ini sangat berpengaruh pada cakupan untuk suatu Humas diberbagai bidang yang mana internet saat ini merupakan jalur bebas hambatan bagi para penggunanya. Instagram merupakan salah satu media yang potensial dan sangat aplikatif bagi para pengguna internet saat ini.

*Public relations* memiliki perananan penting dalam suatu organisasi berbasis pemerintah. Sebagai humas pemerintah harus bisa menciptakan citra yang positif bagi pemerintah sehingga akan membentuk opini publik yang baik dan sesuai. Dalam membentuk serta meningkatkan citra suatu pemerintahan hal yang perlu dilakukan oleh seorang humas adalah dengan membangun citra dan opini positif dalam membangun hubungan dengan masyarakat serta lembaga lainnya untuk meningkatkan kinerja yang mengutamakan masyarakat.

Humas Setda Kota Bandung dengan akun Instagram @humasbdg telah dipilih sebagai objek pada penelitian ini. Akun Instagram @humasbdg masih terbilang baru karena berpisah dari Dinas Komunikasi dan Informatika serta menjadi mandiri sebagai perangkat daerah pada tahun 2017. Akun instagram @humasbdg aktif dalam membagikan informasi terkait program dan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan Kota Bandung. Aktivitas yang dibagikan pada akun Instagram @humasbdg merupakan kegiatan agenda pimpinan dan informasi seputar Kota Bandung lainnya dengan lengkap dan detail. Namun masih banyak masyarakat yang menilai pemerintah Kota Bandung lamban dalam menangani keluhan masyarakat Kota Bandung. Selain itu, hadirnya Instagram @humasbdg yang dikelola oleh Humas Kota Bandung dapat memudahkan masyarakat untuk menyampaikan keluhan secara langsung dan terbuka mengenai kebijakan atau program yang dibuat oleh pemerintah Kota Bandung.

Metode deskriptif dianggap cocok untuk digunakan pada penelitian ini karena metode deskriptif dapat digunakan untuk meneliti sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah objek yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel.

Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sebuah situasi maupun kejadian, sehingga berhendak mengadakan akumulasi data dasar (Hikmat, 2011, hlm. 57). Metode deskriptif pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat upaya yang dilakukan oleh seorang *public relations* pada pemerintahan dalam membentuk citra berdasarkan media sosial Instagram yang digunakan. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh *public relations* pada ranah pemerintahan dalam upayanya membentuk citra pemerintah dengan menggunakan Instagram sebagai media untuk mengimplementasikan strategi tersebut.

Dari penjelasan yang sudah jabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* dipemerintahan dalam upaya pembentukan citra pada media sosial. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada Humas Setda Kota Bandung, Jawa Barat karena dilihat dari statusnya Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat dan menjadi contoh bagi pemerintah lain yang ada di Jawa Barat. Peran Humas di Kota Bandung tentu saja diperlukan dalam mensosialisasikan berbagai program yang dibuat oleh Kota Bandung. Peran humas pada lembaga pemerintah dalam membentuk citra sangatlah penting khususnya sebagai penyambung antara sistem pemerintah dengan warga.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi model perencanaan *public relations* oleh humas Kota Bandung pada akun instagram *@humasbdg* selama ini dalam membentuk citra pemerintah?
- b. Bagaimana proses pembentukan citra oleh Humas Kota Bandung pada akun Instagram *@humasbdg*?

- c. Bagaimana peran yang dilakukan Humas Kota Bandung dalam menginformasikan kepada masyarakat terkait citra pemerintah pada media sosial Instagram @humasbdg?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung pada akun @humasbdg selama ini dalam membentuk citra pemerintah.
- b. Untuk menjelaskan proses pembantuan citra yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung pada akun Instagram @humasbdg.
- c. Untuk mendeskripsikan peran Humas Kota Bandung dalam menginformasikan kepada masyarakat dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial Instagram @humasbdg.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Memberikan pemaparan dan pemahaman terkait strategi komunikasi *public relations* dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial oleh Humas Setda Kota Bandung.

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yaitu untuk memberi masukan yang bermanfaat dan informasi bagi disiplin Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang Hubungan Masyarakat mengenai Strategi *Public Relations*.

- b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis, yaitu:

1. Memberikan masukan yang bermanfaat bagi pemerintah Kota Bandung.

2. Memberikan masukan yang bermanfaat bagi Humas Setda Kota Bandung untuk meningkatkan kinerja.
3. Memberikan manfaat bagi masyarakat Kota Bandung untuk mengetahui terkait kebijakan pemerintahan Kota Bandung pada media sosial Instagram.
4. Menjadi masukan dan referensi untuk bahan penelitian bagi peneliti selanjutnya.

c. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian yang dilakukan mengenai strategi *public relations*. Dilihat dari peran suatu *public relations* yang dianggap sangat penting keberadaannya pada suatu lembaga maupun perusahaan. Pada *public relations* yang ada Humas Setda Kota Bandung yang diharapkan dapat mempertahankan maupun meningkatkan suatu kualitas dari strategi yang dijalankan oleh *public relations*.

d. Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi cerminan pada dunia pemerintahan untuk melaksanakan strategi *public relations* pada lembaga pemerintah sesuai dengan isu serta keadaan yang ada pada sosial masyarakat.

## 1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Hasil dari penelitian ini ditulis ke dalam lima bab. Dari masing-masing bab tersebut akan dibahas dan dikembangkan kedalam beberapa sub bab yang secara sistematis adalah sebagai berikut:

a. **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini merupakan uraian dari pendahuluan yang terdiri atas lima sub bab. Sub bab tersebut antara lain adalah latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

b. **BAB II: Kajian Pustaka**

Bab ini akan membahas mengenai kajian pustaka dan terdiri dari beberapa sub bab yang membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian serta penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

c. **BAB III: Metodologi Penelitian**

Pada bab tiga ini akan membahas mengenai metode penelitian. Pada bab ini terdapat delapan sub bab antara lain adalah metode penelitian, pendekatan penelitian, partisipan dan tempat penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji keabsahan data dan pertanyaan penelitian.

d. **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini membahas mengenai hasil yang telah di dapatkan dari penelitian meliputi pengolahan data dan analisis temuan serta pembahasan.

e. **BAB V: Simpulan, Implikasi, Rekomendasi**

Bab ini akan berisi mengenai simpulan, implikasi serta rekomendasi. Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti mengenai hasil dari temuan penelitian dan mengajukan mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.