

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Perjalanan panjang pembentukan Kabupaten Bandung Barat sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Bandung telah muncul sejak keluarnya Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Barat Nomor 30 Tahun 1990 Tentang Pola Induk Pengembangan Wilayah Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat Dalam Jangka Panjang (25-30) yang menyatakan Rencana Penataan Daerah Tingkat I di Jawa Barat Dari 24 Menjadi 42 Daerah Tingkat II.

Sejalan dengan hal tersebut, beberapa kelompok masyarakat lahir sebagai penambah kekuatan bagi pergerakan mendukung pembentukan Kabupaten Bandung Barat. Kelompok masyarakat tersebut antara lain Forum Peduli Bandung Barat, Forum Pemuda Bandung Barat, dan Forum Bandung Barat Bersatu.

Kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sistematis dan terkoordinasi melakukan pressure kepada Pemerintrah Kabupaten Bandung dan Provinsi Jawa Barat untuk mewujudkan Kabupaten Bandung Barat melalui penyampaian aspirasi secara tertulis, maupun dengan menyampaikan informasi kepada pemerintah tentang kondisi masyarakat dan kondisi Wilayah Bandung Barat, salah satunya adalah pengerahan masa untuk menyampaikan aspirasi ke DPRD Kabupaten Bandung yang diprakarsai oleh Forum Bandung Barat Bersatu pada bulan November 2001.

Berdasarkan pemikiran bahwa upaya mewujudkan Kabupaten Bandung Barat akan lebih efektif bila dilakukan dalam satu wadah, muncul gagasan untuk menyatukan kelompok masyarakat yang mendukung pembentukan Kabupaten Bandung Barat dalam satu komite, yang akhirnya terwujud dengan didaftarkannya pendirian komite pembentukan Kabupaten Bandung Barat (KPKBB) ke notaris

pada tanggal 16 November 2002 dengan ketua yang disepakati adalah drs. H. Endang anwar.

Selanjutnya, dengan melihat proses pembentukan Kabupaten Bandung Barat yang dipandang berjalan lambat, maka KPKBB berupaya secara kontinue memperjuangkan pembentukan Kabupaten Bandung Barat pada tanggal 30 Maret 2003 yang segera diikuti oleh pernyataan sikap politik masyarakat Bandung Barat untuk mengawal situasi politik tetap kondusif sehingga proses percepatan pembentukan Kabupaten Bandung Barat berjalan dengan lancar. KPKBB juga sempat menggelar demonstrasi di kompleks perkantoran Pemerintah Kabupaten Bandung pada tanggal 7 Januari 2004 dengan mengerahkan sekitar 5000 orang dengan tuntutan percepatan proses pembentukan Kabupaten Bandung Barat.

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. 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.

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*).

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 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.

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.

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. 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.

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. terkesan

tertutup pada masyarakat kini dapat berubah menjadi terbuka dengan memberikan transparansi kepada masyarakat dalam mengakses informasi dari pemerintahan tersebut.

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.

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.

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.

Peraturan Menteri dalam Negeri Pasal 1 ayat 3 No.13 Tahun 2011 dalam Ruslan (2014) menjelaskan bahwa humas pemerintah merupakan aktivitas lembaga atau individu penyelenggara pemerintahan yang melakukan manajemen dalam bidang komunikasi dan informasikepada publik pemangku kepentingan atau sebaliknya. Fungsi Humas pemerintahan yaitu memastikan keamanan tentang kebijakan pemerintah, memberikan pelayanan kepada publik, serta menyebar luaskan informasi mengenai program dan kebijakan pemerintah (Centurion Chandratama Priyatna, 2020:115).

Sebagai pelayanan publik sudah seharusnya humas pemerintah memiliki integritas tinggi dalam melaksanakan fungsinya sebagai pelayan masyarakat dalam keterbukaan informasi. Lee *et al* (2012), menjelaskan memberikan pelayan publik merupakan hal yang paling penting dan sangat diperlukan oleh humas pemerintahan, bukan hanya sekedar mengatur strategi komunikasi yang efektif demi mewujudkan misi dari pemerintahan semata (Siswanto, Abraham, 2016:56).

Millet mengungkapkan bahwa Humas memiliki beberapa tugas utama yaitu mempelajari keinginan publik, menciptakan kepuasan masyarakat terhadap

pemerintahan, memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan mencoba membangun citra baik pemerintah dimata publik (Fahri, Unde, 2018:176). Dengan paparan di atas maka humas pemerintahan harus memiliki strategi agar pesan yang dibuat sampai kepada publiknya dan dapat mencapai tujuan.

Seperti yang dikatakan oleh Ahmad S. Adnanputra dalam Ruslan (2016) yaitu strategi humas merupakan alternatif optional yang dipilih untuk menempuh guna mencapai tujuan PR dalam suatu rencana *public realtions (PublicRelations plan)*. Humas yang baik yaitu humas yang mampu melakukan sebuah strategi yang baik, artinya strategi humas yaitu strategi yang bisa memadai untuk berkomunikasi dengan berbagai macam pihak yang berkepentingan (Azeem,Toni,2018:118).

Kabupaten Bandung Barat adalah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, sebagai hasil pemekaran Kabupaten Bandung. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara,Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat dan timur.

Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sebuah situasi maupun kejadian, sehingga berhendak mengadakan akumulasi data dasar. 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 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Dari pemaparan konteks penelitian diatas, peneliti dapat menguraikan beberapa fokus penelitian yang akan diteliti. Fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi perencanaan *Public Relations* Humas Bandung Barat dalam peningkatan citra pemerintah Bandung Barat?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana proses perencanaan strategi Humas Kabupaten Bandung Barat pada akun instagram *@diskominfotik_kbb* dalam pembentukan citra pemerintah Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana hambatan dalam proses komunikasi strategi *Public Relations* pada akun Instagram *@diskominfotik_kbb*?
3. Mengapa humas menggunakan media sosial *Instagram* sebagai pembentukan citra pemerintah Bandung Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mendeskripsikan perencanaan strategi yang dilakukan oleh Humas Bandung Barat pada akun *@diskominfotik_kbb* selama ini dalam membentuk citra pemerintah di Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengatas hambatan dalam proses pembentukan citra yang dilakukan oleh Kabupaten Bandung Barat pada akun Instagram *@diskominfotik_kbb*.
3. Untuk mendeskripsikan peran Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam menginformasikan kepada masyarakat dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial Instagram *@diskominfotik_kbb*.

1.4 Manfaat Penelitian

Memberikan pemaparan dan pemahaman terkait strategi komunikasi *public relations* dalam membentuk citra pemerintah pada media sosial oleh akun Instagram *@diskominfotik_kbb* Bandung Barat.

1.4.1 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*.

1.4.2 Manfaat Praktis

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

1. Memberikan masukan yang bermanfaat bagi pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
2. Memberikan masukan yang bermanfaat bagi Humas Kabupaten Bandung Barat untuk meningkatkan kinerja.
3. Memberikan manfaat bagi masyarakat Kota Bandung untuk mengetahui terkait kebijakan pemerintahan Kota Bandung Barat pada media sosial Instagram.