

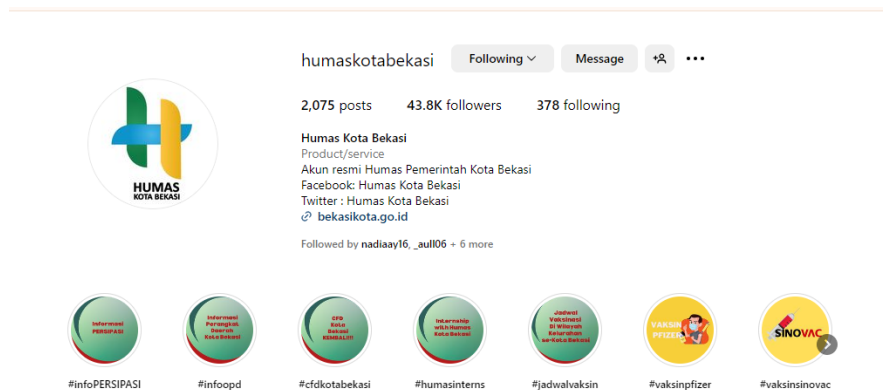
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada pemerintahan demokratis, komunikasi publik merupakan sebuah kewajiban. Young dalam Fajrina (2020) menyatakan bahwa komunikasi adalah syarat utama dalam demokrasi. Komunikasi menjadi prasyarat dasar demokrasi karena warga negara berhak mengetahui kebijakan dan kegiatan pemerintahannya. Untuk itu, pemerintah mengembangkan kegiatan kehumasan, yang didefinisikan sebagai sebuah fungsi manajemen yang melibatkan pembangunan dan pemeliharaan hubungan positif antara organisasi dan publiknya melalui komunikasi simetris dua arah yang strategis. Dalam hal ini, Pemerintah Kota Bekasi memiliki humas yang bertanggung jawab mengelola komunikasi antara pemerintah dan publik di bawah struktur Sekretariat Daerah Kota Bekasi, yang membantu Wali Kota Bekasi dalam melaksanakan tugas dan program kerja sesuai dengan visi dan misi yang tercantum dalam Peraturan Wali Kota Bekasi Nomor 99 Tahun 2021. Fungsi utama humas adalah memberikan informasi kepada publik mengenai kinerja dan program pemerintah serta memastikan bahwa publik menerima informasi yang akurat terkait kinerja pemerintah, guna membangun kepercayaan publik terhadap Pemerintah Kota Bekasi untuk memperkuat citra positif pemerintah. Humas menerapkan komunikasi melalui media yang bertujuan mempererat hubungannya dengan masyarakat (Peraturan Wali Kota, 2021).

Humas Kota Bekasi menggunakan salah satu media dalam menjalankan tugasnya, yaitu media sosial instagram resmi @humaskotabekasi.



Gambar 1.1 Instagram @humaskotabekasi

Sumber: Akun Instagram @humaskotabekasi 2024

Berdasarkan pada Gambar 1.1 Instagram @humaskotabekasi yang dikelola oleh Humas Kota Bekasi sejak April 2017 yang dirancang untuk memberikan informasi agar terjalanya transparansi mengenai informasi pemerintah sekaligus sebagai ruang siber (*cyberspace*) untuk memudahkan akses masyarakat terhadap informasi mengenai kebijakan dan program kerja pemerintah. Selain itu, akun ini juga berperan sebagai penghubung antara kepentingan pemerintah dan kebutuhan informasi publik, dengan tujuan meningkatkan pelayanan yang lebih responsif dan efektif.

Dengan 43.800 pengikut dan lebih dari 2.075 unggahan, Instagram @humaskotabekasi menyediakan konten berupa foto dan video yang menyajikan informasi mengenai kebijakan pemerintah, peraturan daerah, dan program tenaga kerja jangka pendek maupun jangka panjang. Selain itu, akun ini membagikan berita terkini terkait berbagai kegiatan penting di Kota Bekasi, seperti kegiatan sosial, festival, serta pengumuman layanan masyarakat, sehingga juga berfungsi sebagai media komunikasi dua arah. Melalui kolom komentar atau pesan langsung (DM), masyarakat dapat memberikan pertanyaan, kritik, atau saran, yang memungkinkan dapat ditindaklanjuti oleh tim Humas Kota Bekasi untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan publik, sehingga berkontribusi dalam peningkatan citra lembaga.

Humas pemerintah harus berlandaskan kejujuran, transparansi, rasionalitas, dan kebermanfaatan timbal balik. Hubungan yang harmonis antara

humas pemerintah dan masyarakat berperan penting dalam membangun rasa memiliki di mata publik yang pada akhirnya berkontribusi pada penguatan citra positif pemerintah. Oleh karena itu, komunikasi antara pemerintah dan masyarakat harus menjadi prioritas utama. Dalam rangka memastikan kelancaran pelaksanaan kebijakan dan penyediaan layanan publik sebagai tugas utama pemerintah, diperlukan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap program yang dijalankan (Suprawoto, 2018).

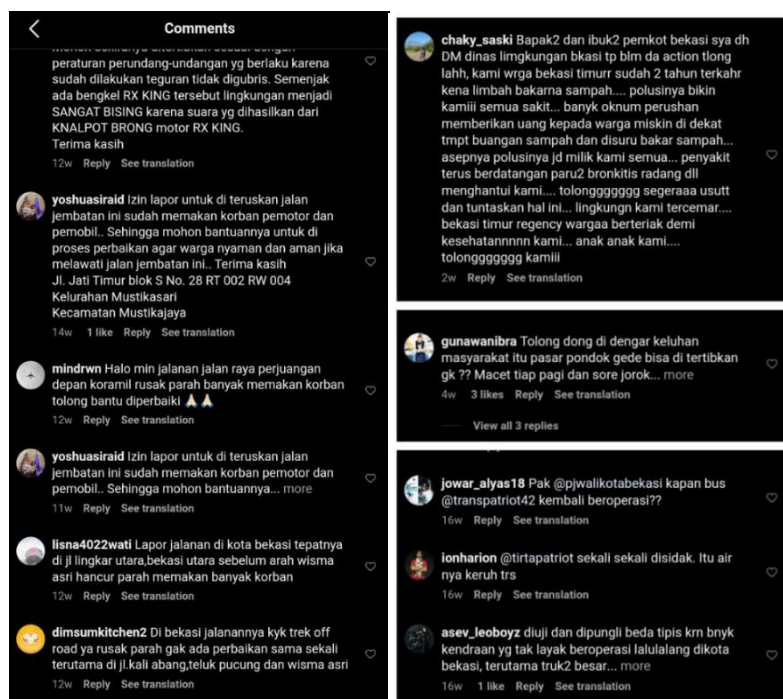
Kemajuan teknologi media digital membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi, berinteraksi, dan membangun persepsi terhadap berbagai lembaga, termasuk institusi pemerintah. Hal tersebut terlihat pada kemunculan berbagai platform media yang berkontribusi pada adaptasi isu sosial, politik dan konteks budaya yang terbingkai dalam aktivitas humas.

Pada Januari 2024, menurut *We Are Social* tercatat sebanyak 139 juta orang di Indonesia, atau sekitar 49,9% dari total populasi negara aktif menggunakan media sosial, dengan rentang usia dominan antara 16 hingga 64 tahun, data ini menunjukkan ketergantungan yang tinggi dari masyarakat terhadap media sosial, khususnya Instagram, yang menempati posisi kedua sebagai jejaring media sosial Indonesia dengan basis pengguna terbesar, sebanyak 85,3% responden menggunakan jejaring ini untuk berbagai alasan, seperti berbagi momen, memantau kehidupan *public figure*, mencari informasi, hingga menjalankan bisnis (Rizaty, 2024).

Media sosial menawarkan peluang untuk menembus batasan komunikasi yang selama ini ada dalam kehidupan sosial kita. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi sekaligus memiliki pengaruh besar dalam membentuk pandangan dan keterlibatan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh institusi, termasuk Humas Kota Bekasi (Haryono, 2023).

Saat ini, media sosial berperan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat dan melibatkan mereka dalam penyebaran program-program institusi. Bagi institusi atau organisasi, media sosial merupakan alternatif untuk

menyampaikan informasi, mendukung kegiatan branding, mengelola komunikasi publik, serta menjalankan aktivitas kehumasan (Haryono, 2023). Mengingat efektivitasnya humas pemerintah perlu memanfaatkan media sosial untuk membangun koneksi dan komunikasi dengan publik secara optimal guna menarik perhatian serta mendapatkan dukungan luas dari masyarakat, tanpa hanya mengandalkan metode komunikasi konvensional.



Gambar 1.2 Komentar di Instagram @humaskotabekasi

Sumber: Akun Instagram @humaskotabekasi, 2024

Namun, jika dilihat pada Gambar 1.2, pengelolaan komunikasi publik di Instagram @humaskotabekasi yang dikelola oleh Humas Kota Bekasi dinilai kurang optimal, terutama dalam hal respons terhadap pertanyaan-pertanyaan masyarakat di kolom komentar. Hal tersebut terlihat dari bagaimana akun Instagram tersebut tidak menyesuaikan dengan peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PERMENPAN). Menurut PERMENPAN Nomor 30 Tahun 2011 tentang Tata Kelola Kehumasan, manajemen kehumasan dalam sistem komunikasi terbuka merupakan bentuk komunikasi dua arah yang efektif, di mana organisasi dapat

menerima dan memperhatikan umpan balik dari publik. Namun, akun Instagram @humaskotabekasi cenderung tidak melakukan komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Sejalan dengan itu, media sosial yang seharusnya menjadi sarana komunikasi dua arah lebih sering berfungsi sebagai alat penyampaian informasi satu arah. Masyarakat cenderung diarahkan untuk mengikuti informasi yang disampaikan tanpa adanya tanggapan aktif dari pihak Humas. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi publik melalui media sosial sebagai wadah komunikasi interaktif belum dioptimalkan secara maksimal, sehingga kurang efektif dalam memenuhi harapan dan kebutuhan komunikasi publik. Kondisi ini dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan citra negatif terhadap lembaga tersebut.

Selain lambat dalam merespons pertanyaan masyarakat ke Pemerintah Kota Bekasi, muncul juga isu yang melibatkan seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) Kota Bekasi yang viral karena memprotes lokasi ibadah umat Kristen. Peristiwa ini menuai banyak reaksi negatif dari warganet di kolom komentar Instagram @humaskotabekasi. Sebagian besar warganet menyayangkan tindakan yang diambil oleh pemerintah kota Bekasi, karena ASN tersebut tidak dipecat dan tindakan tersebut menghawatirkan dapat mempengaruhi hubungan antarumat beragama di masyarakat serta melemahkan upaya menjaga toleransi yang telah lama dibangun.



Gambar 1.3 Komentar di Instagram @humaskotabekasi

Sumber: Akun Instagram @humaskotabekasi, 2024

Berdasarkan gambar 1.2, salah satu netizen berpendapat bahwa tindakan ini tidak hanya mencoreng citra institusi pemerintahan tetapi juga memperlakukan Kota Bekasi yang dianggap sebagai salah satu kota paling toleran di Indonesia yang menduduki peringkat kedua dalam kategori kota toleran. Kejadian ini menyoroti pentingnya bagaimana humas mengatasi dalam komunikasi kepada publik untuk merespons isu-isu sensitif secara cepat dan bijaksana, guna menjaga dan membangun citra positif lembaga.

Terlepas dari permasalahan di atas, Humas Kota Bekasi tidak menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat di Instagram @humaskotabekasi. Akibatnya, pertanyaan-pertanyaan, masukan, serta keluhan dari masyarakat tidak tersampaikan dengan baik kepada pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Kota Bekasi belum sepenuhnya menjalankan peran komunikasinya sesuai dengan tugas pokok dan fungsi Humas yang seharusnya. Pada akhirnya, kondisi ini dapat memungkinkan penurunan citra Pemerintah Kota Bekasi di mata masyarakat. Diperlukan sebuah penelitian yang mengurai bagaimana layanan komunikasi publik Humas Kota Bekasi sehingga pihak-pihak yang terkait dapat berbenah dan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada Humas Kota Bekasi dengan judul penelitian, “**Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram @humaskotabekasi sebagai Layanan Komunikasi Publik,**” bertujuan untuk melihat bagaimana Humas Kota Bekasi mengelola media sosial Instagram sebagai layanan komunikasi publik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi Humas Kota Bekasi dalam mengelola media sosial Instagram sebagai layanan komunikasi publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi Humas Kota Bekasi dalam mengelola media sosial Instagram sebagai layanan komunikasi publik.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam bidang komunikasi digital, khususnya terkait dengan cara lembaga pemerintah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan publik secara transparan dan interaktif. Selain itu, penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang optimasi media sosial dalam membangun citra lembaga, yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut di bidang hubungan masyarakat dan komunikasi.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Humas Kota Bekasi mengidentifikasi permasalahan dalam pengelolaan komunikasi publik di media social dan mengusulkan solusi untuk meningkatkan keterlibatan serta pemahaman publik. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi instansi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial untuk komunikasi publik dan membangun citra lembaga.