

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi tidak terlepas dari kehidupan karena salah satu unsur penting manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi merupakan kunci dalam interaksi manusia untuk menyampaikan dan menerima pesan, gagasan, dan informasi antara individu atau kelompok. Komunikasi tidak hanya sekedar perbincangan antar individu atau kelompok, tetapi bisa dalam wujud tulisan, ekspresi dan bahasa tubuh.

Menurut Arizal, Sutopo, & Rahmasari (2017:235) “komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian makna berupa ide atau informasi dari suatu individu ke individu lainnya dengan tujuan agar penerima pesan dapat memahami dan menafsirkan makna pesan sesuai dengan maksud yang diinginkan komunikator”

Maka dari itu komunikasi merupakan tahap bagaimana seseorang memberi sebuah gagasan kepada individu lain atau kelompok yang mempengaruhi dalam memahami informasi yang diberikan sehingga dapat di mengerti sesuai dengan yang dimaksud komunikator.

Tujuan dalam berkomunikasi yaitu memberikan sebuah informasi agar tersampaikan secara efektif dan mudah dipahami, maka dari itu perlu adanya strategi dalam berkomunikasi. Dalam dunia modern saat ini, PR harus memiliki strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi. peran strategi komunikasi

yang efektif menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan atau organisasi.

Strategi komunikasi adalah planning bagaimana pesan yang di sampaikan tertuju sesuai yang di inginkan dan mengurangi terjadinya ke salah pahaman. Dalam hal ini perlu planning yang matang seperti pemilihan Bahasa yang mudah dipahami dan media yang mudah di akses agar pesan tersampaikan secara efektif kepada publik.

Humas sebagai garda terdepan dalam menjaga citra perusahaan dan memberikan informasi kepada publik harus bisa menyesuaikan perkembangan zaman yang sangat pesat ini. Humas sendiri adalah hubungan masyarakat yang dimana tugasnya memberi informasi kepada publik, menjaga keharmonisan antara karyawan dalam perusahaan , dan menangani kasus ketika instansi sedang mengalami krisis. Humas juga membuat strategi ketika Perusahaan membuat sebuah kampanye mulai dari ide, target audiens, media yang digunakan agar informasi yang diberikan sampai sesuai tujuan.

Dalam pemerintahan, fungsi humas antara lain memberikan edukasi kepada masyarakat guna memperkuat citra serta reputasi lembaga pemerintahan, menjalin komunikasi sosialisasi yang efektif, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan para pemangku kepentingan serta menumbuhkan kepercayaan publik. Humas memiliki sasaran berupa publik internal maupun eksternal, di mana secara operasional Humas bertugas membangun dan menjaga

hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Humas berperan dalam menjalin relasi yang baik dengan masyarakat serta membentuk citra positif Lembaga dimata publik, dengan tujuan mendapatkan kepercayaan, dukungan dan simpati dari masyarakat. seiring dengan meningkatnya penggunaan internet diberbagai kelompok usia, mulai dari remaja hingga orang tua, media sosial kini menjadi salah satu sarana komunikasi yang dianggap sangat efektif dalam menyampaikan informasi.

Di era digital saat ini komunikasi tidak hanya melalui tatap muka atau bertemu langsung, tetapi bisa dilakukan dari jarak jauh seperti menggunakan platform sosial digital, yaitu sebuah platform yang di rancang untuk mempermudah seseorang dalam bersosial secara interaktif tanpa harus bertatap muka atau bertemu.

Pesatnya perkembangan teknologi telah memberi dampak terhadap cara manusia berinteraksi dan menjalin hubungan sosial. Salah satu dampak paling nyata dari perkembangan ini adalah hadirnya media digital menjadi bagian internal dalam kehidupan Masyarakat.

Media sosial atau digital secara umum merupakan suatu platform digital yang menyediakan sebuah ruang komunikasi bagi publik dalam melakukan interaksi dengan para penggunanya. Beragam aktivitas yang biasa dilakukan melalui platform digital , seperti menjalin sebuah kedekatan atau berinteraksi serta menyampaikan informasi dalam bentuk tulisan, foto maupun video. Bermacam-

macam informasi dalam media yang dibagikan tersebut tetap bisa diakses oleh semua pengguna selama 24 jam penuh.

Platform digital kini menjadi wadah bagi publik dalam berinteraksi secara online oleh sesama pengguna dan juga dimanfaatkan oleh perusahaan dalam membangun citra dan komunikasi dengan publiknya. Media digital saat ini merupakan sarana yang efektif media dalam penyebaran informasi instansi pemerintah.. Konten yang diposting di media digital baik itu gambar, video, artikel, atau infografis berpotensi menjangkau publik area atau lebih.

Menurut Chandra (2021:15) “media sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu membuat profil pribadi, dan berinteraksi dengan individu lain dari berbagai penjuru dunia untuk bertukar informasi dan komunikasi.”

Dengan platform digital setiap individu mendapatkan wadah untuk ber ekspresi dan eksis di dunia maya seperti upload foto dan berkomentar di sebuah postingan. Peran media sosial saat ini sangat penting karna penyebaran informasi yang cepat dan mencakup berbagai bidang seperti hiburan, pemasaran, pendidikan dan lain-lain.

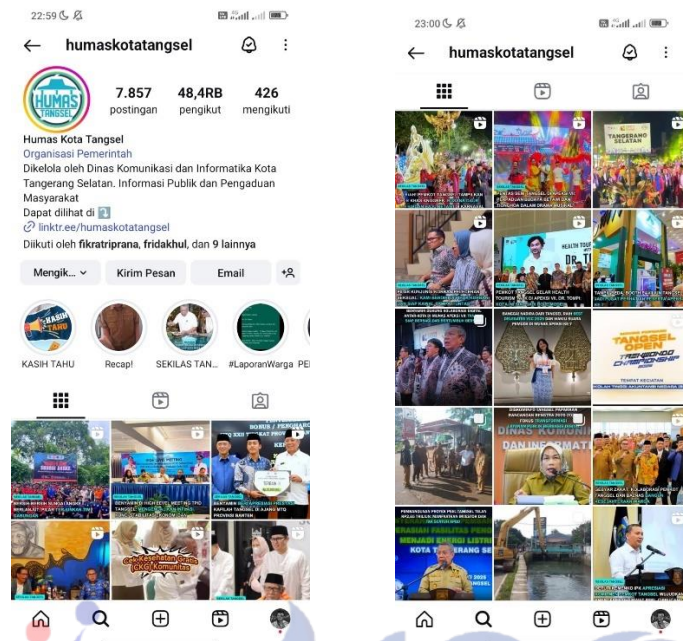
Dari berbagai media digital yang banyak digunakan Masyarakat seperti Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter dan sebagainya. Instagram menjadi platform digital yang banyak digunakan masa kini. Instagram merupakan satu dari banyaknya platform media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia dan telah berkembang menjadi lebih dari sekadar media berbagi foto. Sejak diluncurkan, Instagram terus berinovasi dalam menyediakan fitur-fitur interaktif

seperti *IGStories*, *highlight*, *Reels*, dan *Live*, yang memungkinkan pengguna menyampaikan pesan secara kreatif dan real-time.

Platform digital ini menjadi yang efektif bagi berbagai institusi, termasuk instansi pemerintah, dalam menyampaikan informasi publik secara visual, cepat, dan langsung kepada masyarakat. Karakteristik Instagram yang mengutamakan konten visual menjadikannya sangat cocok digunakan untuk membentuk citra, membangun engagement, dan menyederhanakan informasi kompleks agar lebih mudah dipahami oleh public

Perkembangan zaman digital yang signifikan merubah secara besar dalam \ penyampaian informasi pemerintah kepada publik. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah pemanfaatan platform digital sebagai media komunikasi strategis pemerintah, baik di tingkat negara, kota, maupun desa, kini tidak hanya bergantung pada media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar, tetapi juga aktif menggunakan platform digital sebagai sarana untuk menjangkau masyarakat secara langsung.

Fenomena ini menandai pergeseran peran media sosial dari sekadar sarana hiburan menjadi platform yang memiliki fungsi strategis dalam komunikasi pemerintahan.



gambar 1 1 Instagram Humas Tangsel

Sumber : aplikasi Instagram

Sama halnya dengan Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan yang memfungsikan platform digital Instagram sebagai jembatan informasi antara Pemerintah dan Masyarakat. Akun Instagram @humaskotatangsel yang dikelola oleh tim media sosial humas kota tangsel ini rutin mengupload postingan setidaknya ada 3 – 5 postingan dalam sehari. Dibuat sejak 2018 dan telah memiliki followers sebanyak 48,5 ribu dengan postingan sebanyak 7.863 untuk saat ini. akun ini aktif dalam berbagi informasi dan tetap menjaga citra pemerintahan di mata masyarakat tangsel

Di akun Instagram resminya, @humaskotatangsel secara rutin mengunggah berbagai jenis konten informatif dan komunikatif dalam feeds serta reelsnya. Konten-konten tersebut mencakup sosialisasi program pemerintah, publikasi

kegiatan dan event resmi daerah, serta informasi layanan publik yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan keterlibatan masyarakat. Selain itu, Humas Tangsel juga memanfaatkan Instagram untuk membangun citra positif pemerintah daerah melalui dokumentasi visual yang menarik dan narasi (caption) yang mudah dipahami oleh warganya. Tak hanya seputar pemerintahan, humas tangsel juga mempunyai program konten kuliner di Tangerang Selatan yaitu Banyak Jajan Banyak Makan (BJBM) dan konten konten hiburan.

Humas Kota Tangerang Selatan juga secara strategis memanfaatkan fitur *highlight* yang tersedia di akun Instagram @humaskotatangsel. Fitur ini digunakan untuk mengelompokkan postingan berdasarkan kategori tertentu, sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses informasi sesuai kebutuhan mereka. Beberapa kategori yang ditampilkan dalam *highlight* antara lain “Laporan Warga” yang memuat respons atau tindak lanjut pemerintah terhadap aduan masyarakat, “Sekilas Tangsel” yang menampilkan informasi singkat seputar kegiatan pemerintahan atau isu lokal, serta berbagai kategori lainnya seperti agenda kegiatan, edukasi publik, dan layanan informasi.

Penggunaan *highlight* ini menunjukkan adanya upaya dari tim media sosial humas untuk menyusun informasi secara sistematis dan ramah pengguna, sehingga dapat meningkatkan keterjangkauan serta pemahaman publik terhadap berbagai pesan yang disampaikan pemerintah.

Penggunaan berbagai tagar atau *hashtag* dalam setiap postingannya sebagai bagian dari strategi penyebaran informasi dan penguatan identitas digital. Tagar

utama yang digunakan antara lain #HumasTangsel dan #TangselItuKita, yang berfungsi untuk memperkuat branding instansi serta membangun rasa kebersamaan antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu, akun ini juga menggunakan tagar tambahan yang disesuaikan dengan tema atau konteks dari setiap unggahan, seperti tagar terkait program tertentu, kampanye layanan publik, maupun momentum hari besar nasional.

Penggunaan tagar ini tidak hanya membantu meningkatkan jangkauan konten di Instagram, tetapi juga memudahkan publik dalam menelusuri informasi terkait yang sudah dipublikasikan sebelumnya. Dengan demikian, pemanfaatan tagar menjadikan unsur strategis dalam komunikasi digital yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan.

Penggunaan media sosial instagram oleh Humas Kota Tangsel sebagai media utama memberikan kemudahan dalam menyebarkan informasi kepada Masyarakat dengan sigap dan terbuka. Dengan kata lain, masyarakat memiliki sarana untuk menyuarkan aspirasi serta berbagai persoalan yang dialami oleh publik.

Keaktifan dalam penggunaan media sosial belum tentu mencerminkan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Dibutuhkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi tersebut dirancang dan dijalankan, serta bagaimana tim media sosial humas menentukan gaya komunikasi, segmentasi audiens, pemilihan konten, dan pengelolaan interaksi dengan publik. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh tim media sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Tangerang

Selatan dalam menyampaikan informasi publik, guna memahami sejauh mana media sosial digunakan secara strategis dalam menjalin komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat.

Dengan permasalahan telah dijabarkan, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam terkait penerapan Strategi Komunikasi Tim Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan @humaskotatangsel Dalam Penyampaian Informasi Publik.

1.2 Pertanyaan Masalah

Sebagaimana penjabaran latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi Tim Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan @humaskotatangsel dalam Penyampaian Informasi Publik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi Tim Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Kota Tangerang Selatan @humaskotatangsel dalam Penyampaian Informasi Publik

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta inovasi dalam ilmu komunikasi humas, serta menambah pengetahuan tentang strategi kehumasan dalam penyampaian informasi publik oleh instansi pemerintahan.

1.4.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi para pembaca mengenai strategi kehumasan instansi pemerintah dalam penyampaian informasi public dan juga untuk peneliti berikutnya yang ingin mengeksplor penelitian yang sama.

