

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial, seperti Instagram, telah menjadi salah satu platform komunikasi utama di era digital, yang memungkinkan interaksi dan penyebaran informasi secara cepat dan luas. Dalam konteks pemerintahan, *platform* seperti ini berfungsi sebagai *platform* resmi untuk penyebaran informasi publik yang efektif dan efisien. Melalui akun Instagram @halobandung, pemerintah kota Bandung secara aktif memanfaatkan fitur Instagram untuk menyebarkan informasi penting kepada masyarakat, seperti kebijakan pemerintah, agenda kegiatan, pendidikan publik, dan peringatan dini bencana. Ada bukti bahwa keberadaan akun ini dapat meningkatkan transparansi, keterbukaan, dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan, sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah (Mahendra, 2017).

Namun, meskipun ada peluang besar, masalah seperti keterbatasan akses, dan kebutuhan sumber daya manusia yang cukup untuk pengelolaan media sosial masih menjadi masalah. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian menyeluruh tentang fungsi akun Instagram pemerintah seperti @halobandung sebagai sarana komunikasi publik. Ini akan memungkinkan untuk membuat rekomendasi yang tepat tentang manajemen media sosial pemerintah di masa depan. Dengan mempertimbangkan apa yang disebutkan di atas, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang peran akun Instagram pemerintah, khususnya akun @halobandung, sebagai *platform* informasi publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana akun Instagram pemerintah berfungsi, bagaimana cara berkomunikasi, seberapa efektif,

dan seberapa sulit untuk mengelola akun tersebut sebagai *platform* informasi publik di Kota Bandung.



**GAMBAR 1.1 AKUN INSTAGRAM HALO BANDUNG
SUMBER : INSTAGRAM @HALOBANDUNG**

Salah satu lembaga pemerintah di Kota Bandung yang memanfaatkan Media sosial sebagai sarana informasi kepada Publik adalah Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Lembaga ini berperan sebagai fasilitator komunikasi bagi masyarakat untuk memahami dan mengetahui penyelenggaraan program Pemerintahan Daerah Kota Bandung. *Platform* utama yang digunakan adalah akun Instagram @halobandung. Instagram Halo Bandung Memiliki 203RB Followers, jumlah postingan 18,5 RB postingan. Akun Halo Bandung sudah centang biru sejak Mei 2018 dan dibuat pada Januari 2014. Jenis Postingan dari Akun Instagram Halo Bandung ini memposting Program Kerja Wali Kota Bandung.

GAMBAR 1.2 TAHUN BERGABUNGNYA HALOBANDUNG



SUMBER : @HALOBANDUNG

Berdasarkan data diatas dikatakan bahwa @halobandung menggunakan Instagram sejak tahun 2014, hingga saat ini usianya sudah genap 11 tahun dan akun berlokasi di Indonesia.



**GAMBAR 1.3 POSTINGAN INFOGRAFIS
SUMBER : INSTAGRAM @HALOBANDUNG**

Halo Bandung memiliki konten infografis untuk memberi informasi program kerja atau pekerjaan yang sedang dilakukan oleh pimpinan. Gambar diatas menunjukkan infografis saat pelantikan Wali Kota Bandung dan Wakil Wali Kota Bapak Muhamad Farhan sebagai Wali Kota Bandung dan Bapak Erwin sebagai Wakil Wali Kota Bandung. Melalui gambar tersebut halo bandung memberi informasi serta kabar baik bahwa Kota Bandung memiliki Pimpinan baru. Dengan adanya 3ribu Like dan 169 komentar membuktikan bahwa informasi tersampaikan dengan baik kepada masyarakat Kota Bandung.



**GAMBAR: 1.4 POSTINGAN KONTEN VIDEO
SUMBER : INSTAGRAM @HALOBANDUNG**

Halo Bandung memiliki Konten *video* untuk memberi informasi secara nyata dari pemerintah seperti Rangkaian Kegiatan Pelantikan Kepala Daerah Periode 2025-2030 Wali Kota dan Wakil Wali Kota Bandung, Om Farhan dan Kang Erwin telah mengikuti rangkaian pelantikan Kepala Daerah yang akan dilaksanakan pada hari Kamis, 20 Februari 2025. Rangkaian yang telah diikuti oleh Om Farhan dan Kang Erwin antara lain, *Medical Check Up*, Gladi Kotor, dan Gladi Bersih yang dilakukan di Kementerian Dalam Negeri dan Area Monumen Nasional (Monas), Jakarta. Pesan tersebut disampaikan oleh Wali Kota Bandung untuk masyarakat Kota Bandung.

Penelitian ini didasarkan pada Model Teori Regina Luttrell yang diterbitkan dalam bukunya tahun 2015 *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. *The Circular Model of Some* diciptakan untuk memudahkan pengguna media sosial dalam melakukan perencanaan komunikasi di media sosial. Teori tersebut memiliki empat aspek serta memiliki kekuatan dalam masing-masing bagiannya. Ketika sebuah perusahaan/instansi berbagi (*sharing*) sesuatu mereka juga dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan bahkan mengoptimalkan (*optimize*) pesan mereka secara bersamaan (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Menurut (Pradipta, 2024) *The Circular Model of Some* adalah sebuah model untuk perencanaan media sosial yakni *Share, Optimize, Manage, dan Engage*. Yang dimaksud dengan *Share* adalah tempat berbagi konten dan Instagram termasuk platform media sosial yang digunakan untuk berbagi atau "*sharing*". Ada tiga poin dalam aspek *Share* ini, salah satunya adalah membangun kepercayaan karena biasanya, orang akan lebih mempercayai rekomendasi suatu

produk dari orang yang sudah dia kenal. Selain membangun kepercayaan, ada dua poin lainnya yakni berpartisipasi dan terhubung.

Sedangkan yang dimaksud *optimize* adalah untuk mengoptimalkan pesan, sebuah organisasi harus mendengarkan percakapan atau diskusi yang sedang ramai dibahas tentang organisasi tersebut dan belajar dari percakapan yang dibagikan (*listen & learn*). Selain itu, organisasi juga harus ikut serta dalam percakapan yang otentik.

Aspek selanjutnya yaitu *Manage*, adalah orang-orang terutama konsumen mengharapkan respons dan jawaban yang cepat. Ada tiga poin dalam aspek ini yaitu media *monitoring*, *quick responses*, dan *real-time interactions*.

Terakhir, aspek *engage*, dalam aspek ini, ada tiga poin yakni organisasi harus bisa mempengaruhi hubungan, mencari tahu di media sosial mana mayoritas konsumennya berada, serta bagaimana menjangkau mereka. Terdapat empat kategori pada rumusan masalah pada penelitian ini, Diantaranya untuk mengetahui bagaimana tahap *share* (menyebarkan) pengelolaan Instagram @halobadung, bagaimana tahap *optimize* (mengoptimalkan) pengelolaan Instagram @halobadung, bagaimana tahap *manage* (mengelola) pengelolaan Instagram @halobadung, serta bagaimana tahap *engage* (melibatkan) pengelolaan Instagram @halobadung.



GAMBAR 1.5 CIRCULAR MODEL OF SOME
SUMBER : LUTTRELL 2019

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Media Sosial Instagram @halobandung sebagai sarana informasi kepada masyarakat dan mengetahui respon masyarakat terhadap konten yang dibagikan melalui akun @halobandung. Terdapat penelitian terdahulu yang membahas Peran Media Sosial akun Instagram. Hasil penelitian terdahulu ini dilampirkan guna mencari perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan pada penelitian saat ini.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana peran media sosial Instagram pemerintah kota Bandung, @halobandung, yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. Selain itu, penelitian ini melihat bagaimana akun mengelola, mengoptimalkan, dan melibatkan audiens dalam komunikasi publik. Penelitian ini juga menyelidiki bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten yang dibagikan dapat berdampak pada pengelolaan konten di masa mendatang. Peran media sosial Instagram pemerintah kota Bandung menggunakan *Teori Agenda Setting*. Fokus akun @halobandung adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan meningkatkan akuntabilitas publik. Analisis bagaimana masyarakat berinteraksi dan menanggapi konten yang dipublikasikan. Evaluasi seberapa efektif akun @halobandung sebagai platform informasi dan komunikasi publik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka diambil sebuah rumusan masalah yaitu: Bagaimana peran akun Instagram @halobandung sebagai sarana penyampaian informasi publik oleh pemerintah Kota Bandung kepada masyarakat?

1.4 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian pemikiran yang telah peneliti rangkum pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut

1. Bagaimana Peran akun Instagram @halobandung dalam menyampaikan informasi publik?
2. Bagaimana strategi komunikasi dan pengelolaan konten yang digunakan oleh akun @halobandung dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat?
3. Bagaimana tingkat partisipasi dan respon masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui akun @halobandung?
4. Apa saja kendala atau tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram @halobandung sebagai media informasi publik?.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis peran akun Instagram @halobandung sebagai sarana penyampaian informasi publik oleh pemerintah Kota Bandung kepada masyarakat
2. Mengidentifikasi strategi komunikasi dan pengelolaan konten yang digunakan oleh akun @halobandung dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat
3. Mengkaji tingkat partisipasi dan respon masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui akun @halobandung
4. Mengungkap kendala dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram @halobandung sebagai media informasi publik.

1.6 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diterapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan, terutama komunikasi publik dan media sosial. Hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperbarui teori yang ada tentang komunikasi publik, khususnya tentang penggunaan media sosial @halobandung sebagai alat untuk menyebarkan informasi pemerintah. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian yang mengkaji penggunaan media sosial dalam berbagai konteks dan dengan teknik yang berbeda, seperti analisis kuantitatif atau studi komparatif dengan bidang lain

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti mengenai pengelolaan media sosial dan juga menerapkan teori-teori yang sudah didapat serta melatih kemampuan berpikir secara sistematis

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengelolaan media

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang membutuhkan referensi dan memenuhi kebutuhan informasi tentang media sosial di instansi pemerintahan

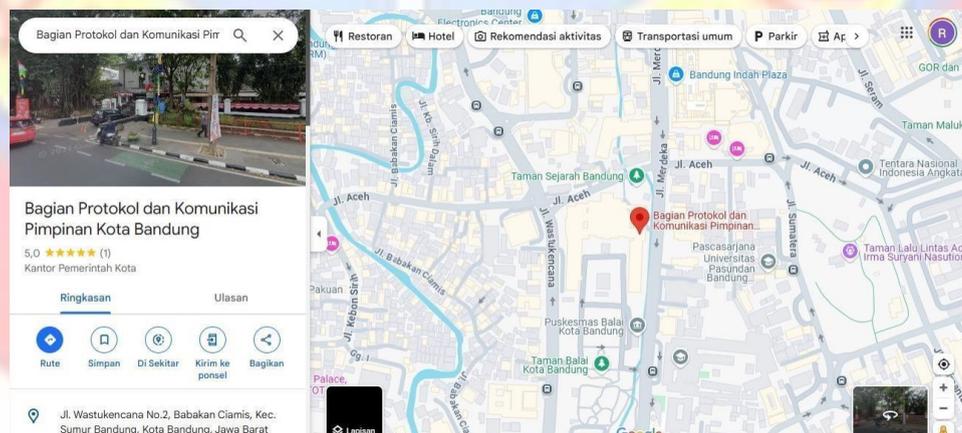
1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, identifikasi masalah, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari Rangkuman Teori, kajian / penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka pemikiran
3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Teknik keabsahan data
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan Waktu pelaksanaan kegiatan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.6 Lokasi Penelitian
Sumber : Google

Tabel 1.1 Rincian Waktu Penelitian

NO	URAIAN KEGIATAN	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS
1.	Tahap Penelitian						
2.	Penyusunan Usulan Penelitian						
3.	Daftar Sidang Penelitian						
4.	Pengajuan surat penelitian						
5.	Sidang Usulan Penelitian						
6.	Revisi Usulan Penelitian						
7.	Penelitian Pengumpulan Data						
8.	Pengolahan Data						
9.	Penyusunan Skripsi						
10.	Pengumpulan dan pendaftaran sidang Skripsi						
11.	Sidang Skripsi						
12.	Revisi Skripsi						