**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam penyampaian pesan untuk mencapai sebuah tujuan. Sehingga, dalam sebuah komunikasi dibutuhkan sebuah strategi dalam membangun komunikasi yang efektif dan efisien. Strategi adalah proses penentuan rencana dalam penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana suatu tujuan dapat dicapai. Sedangkan komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan syarat *I’m Ok and You are Ok*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah cara atau teknik yang akan dilakukan dalam sebuah penyampaian pesan yang efektif dan efisisen, sehingga kemungkinan dari hambatan yang akan terjadi dapat terminimalisir dengan baik dan benar dengan kesepahaman antar dua belah pihak.

Dalam banyak kasus, sering terjadi kesalahpahaman dalam sebuah komunikasi. Banyak hal yang membuat kegagalan pesan yang diberikan terjadi akibat tidak dilakukannya strategi komunikasi yang baik. Dalam hal ini, diketahui bahwa gagalnya sebuah penyampaian pesan menimbulkan persepsi negatif di benak seseorang atau persepsi masyarakat. Salah satu contohnya yang viral dalam pemberitan di media adalah mengenai proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh Bapak Gubernur Jakarta, yaitu Basuki Tjahja Purnama, yang dilaporkan karena pidato yang disampaikan ketika beliau menemui masyarakat di Bangka Belitung cenderung berpotensi terhadap penistaan agama. Seperti yang diketahui bahwa BTP merupakan sosok yang cukup dikenal di masyarakat luas karena sifat yang tegas dan berwibawa dalam membuat sebuah keputusan untuk menolak korupsi dan pungutan liar yang ada di Jakarta, tapi satu hal yang menjadi krisis bagi beliau adalah sebuah strategi komunikasi yang dilakukannya seharusnya terencana dan terstruktur dengan baik. Dalam hal ini diketahui bahwa strategi komunikasi harus dilakukan sebelum dan sesudah proses komunikasi tersebut dilakukan. Baik sebelum melakukan pidato, seharusnya beliau menyusun dan menyaring kata-kata yang seharusnya disampaikan sehingga tidak menimbulkan persepsi negatif, ditambah dengan penggunaan media yang dapat mengirimkan secara cepat dan tak terkendali sehingga sulit untuk mengontrol berita yang masuk dan keluar, selain itu juga menginggat bahwa pada tahun ini beliau mencalonkan diri sebagai calon gubernur Jakarta, sehingga warna-warni politik juga ikut menyatu dalam kasus tersebut.

Strategi komunikasi merupakan satu hal yang sangat penting dalam menentukan pesan-pesan yang diberikan kepada khalayak. Dalam strategi tersebut banyak hal yang harus diperhatikan baik dalam bentuk hambatan luar maupun dalam, baik dalam segi situasi maupun kondisi serta keadaan-keadaan lainnya yang berpotensi memengaruhi proses penyampaian dalam strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan satu hal yang harus diperhatikan karena dalam sebuah strategi komunikasi hasil yang keluar adalah suatu bentuk opini yang akan terkontruksi di dalam benak masyarakat itu sendiri. Dalam hal ini, sebuah strategi komunikasi secara langsung akan berdampak juga pada proses pembentukan opini pada masyarakat. Sehingga diketahui bahwa penyampaian pesan dalam sebuah komunikasi harus disampaiakan dengan strategi komunikasi yang benar. Strategi komunikasi sudah seharusnya dilakukan dalam setiap ruang lingkup, salah satunya dalam kegiatan praktisi pemerintahan di Kota Bandung sendiri sebagai bentuk dari komunikasi organisasi. Melalui bagian-bagian yang ada dalam pemerintahan, sudah seharusnya setiap divisi yang ada melalukan strategi komunikasi yang baik dalam pengolahan pesan dan informasi kepada publik karena hal tersebut sangat membantu dalam proses dari efektivitas kinerja dari sebuah instansi pemerintahan sendiri sebagai bentuk dari komunikasi organisasi itu sendiri. Sebagai aparat yang mengatur sistem yang ada, sudah seharusnya komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan-pesan politis harus disampaikan dengan baik. Dalam penyampaian pesan tersebut, pemerintah harus menggunakan media-media yang membantu dalam proses penyampaian pesan-pesan baik pesan yang merupakan informasi kebijakan, kegiatan pemerintah ataupun himbauan-himbauan untuk pengetahuan masyarakat sendiri, maka dari itu, dibutuhkan sebuah sarana revolusi komunikasi yaitu media.

Media merupakan salah satu alat yang penting dalam penyampaian sebuah pesan dalam proses komunikasi. Media merupakan sebuah sarana dalam penyampaian pesan yang efektif dan efisien. Dalam hal ini media berguna sebagai alat dalam pembentukan sebuah opini didalam masyarakat. Sehingga dengan begitu, strategi komunikasi yang dilakukan dalam memberikan pesan-pesan pemerintah lebih efektif.

Terdapat 3 jenis media, yaitu Media Cetak, Media Elektronik dan Media Online atau dalam kata lain adalah Media Sosial. Media Sosial sebagaimana jenisnya memiliki fungsi dan ciri tersendiri sesuai dengan kegunaan dari media tersebut. Beberapa media yang ada memiliki keunikan dan kelebihan tersendiri dalam menyampaikan pesan untuk di *sharing to public*. Sehingga, terdapat kekurangan juga kelebihan bagi setiap penggunaan media social yang ada. Seperti yang diketahui ada beberapa contoh media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Snapchat*, dan salah satu yang menjadi objek penelitian peneliti adalah penggunaan *Instagram*.

*Instagram* adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Banyak yang mengira bahwa penggunaan *Instagram* hanya fokus pada *posting* foto semata, sehingga jarang sekali kebijakan-kebijakan pemerintah atau informasi mengenai kegiatan-kegiatan pemerintah di *posting* dalam *Instagram*, mengingat tak semua masyarakat luas menggunakan *instagram*. Tetapi lebih dari pada itu, hal yang mengunikan bahwa *Instagram* dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi yang cukup efektif dalam hal ini penyampaian pesan-pesan kepada khalayak luar salah satunya pengguna Instagram aktif adalah kalangan muda.

Pesan harus dapat disamppaikan dengan baik dengan memperimbangkan beberapa hal, termasuk yaitu sasaran dalam proses penyampaian pesan salah satu yang dapat dianalisa adalah.kegiatan yang dilakukan oleh Wali Kota Bandung yaitu Bapak Ridwan Kamil sebagai pemimpin kota yang dikenal di masyarakat luas. Bapak Ridwan Kamil sering sekali menggunakan instagram sebagai media penyampaian pesan mengenai kegiatan di Kota Bandung, baik berupa perencanaan dalam bentuk gambaran singkat ataupun kegiatan yang sudah dilakukannya sebagai hasil kerja yang dilakukannya selama melakukan kegiatan Wali Kota.

Dari fakta yang diketahui tersebut, dapat diketahui bahwa dalam penyampaian sebuah pesan dibutuhkan strategi yang tepat sehingga pesan yang disampaikan merupakan pesan yang akan direspon dengan aktif, apalagi dalam dunia pemerintahan, pesan yang disampaikan harus jelas dan tertuju pada masyarakat atau publik luas. Dengan begitu, peneliti berkenaan untuk membuat sebuah penelitian mengenai strategi komunikasi kegiatan yang dilakukan pemerintah wali kota Bandung dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan melalui penggunaan media sosial, dan salah satu media yang cukup aktif digunakan dalam menyampaikan kegiatan tersebut adalah *Instagram* @humasbdg. Peneliti juga menganalisa bagaimana *feedback* yang diberikan yaitu berupa opini yang terbentuk oleh *followers* @humasbdg.

Opini yang terbentuk tersebut akan menjadi sebuah pandangan utama dalam melihat permasalahan yang ada di Kota Bandung. Sehingga, penyusunan pesan juga strategi yang baik menentukan bagaimana pesan tersebut akan dicerna dan dimengerti dengan baik oleh publik atau khalayak luas. Pembentukan opini tersebut berpengaruh pada sikap yang akan ditunjukan selanjutnya dalam memilih atau menentukan sebuah pilihan.

Pendekatan serta langkah-langkah yang ada diperlukan dalam menentukan bagaimana pesan tersebut dapat disampaikan dengan baik. Strategi komunikasi memudahkan kita untuk dapat memhami dan mengkaji bagaimana sebuah pesan tersebut harus disampaikan dengan tepat dan mendapatkan efek yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Sehingga, opini yang terbentuk tersebut tidak menjadi alat yang mematikan dalam menentukan sebuah keputusan nantinya, tetapi menjadi alat pendukung bagi penyampaian pesan-pesan politis yang akan diberikan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini juga menganalisis sikap serta pendapat dari *key informan* yang kemudian mengumpulkan dan menyajikan data tersebut kedalam sebuah fokus gambaran permasalahan yang cukup jelas sehingga memudahkan untuk dapat menganalisa kasus yang sedang dikaji.

Studi kasus merupakan merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus intensif, mendalam, detail dan secara komperehensif. Pada penelitian dengan metode ini berbagai variabel ditelusuri dan kemungkinan hubungan antar variabel yang ada sehingga melahirkan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat ekplanasi. Pendekatan studi kasus digunakan secara langsung dalam penelitian legal dan banyak dilakukan secara klinis. Penelitian ini juga menggunakan sampling purposif yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan.

Dengan konteks yang telah dipaparkan dengan jelas pada bagian atas, peneliti tertarik untuk merumuskan permasalahan dalam penelitian ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Kegiatan Wali Kota Bandung”, Studi Kasus Penggunaan Media Sosial Instagram (@humasbdg) dalam Membentuk Opini *Followers*.”**

* 1. **Fokus dan Pertanyaan Penelitian**
		1. **Fokus Penelitian**

Dari latar belakang yang telah diungkapkan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yaitu: **Bagaimana Strategi Komunikasi Kegiatan Wali Kota Bandung Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg dalam Pembentukan Opini *followers*?**

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**
1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun Instagram @humasbdg dalam menyampaikan informasi mengenai kegiatan Wali Kota Bandung?
2. Bagaimana Opini yang terbentuk oleh *followers* akun Instagram @humasbdg dalam proses penyampaian informasi kegiatan Wali Kota Bandung?
	1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
		1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menelaah lebih jauh mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah kota Bandung melalui akun media sosial @humasbdg dalam menyampaikan kegiatan wali kota yang nantinya membuat sebuah opini di kalangan masyarakat dalam kinerja pemerintah kota bandung. Sehingga dibutuhkn strategi dalam menyusun pesan, strategi dalam menentukan komunikator dalam penyampaian pesan, menentukan saluran dan efek atau dampak yang dicapai. Tujuan penelitian ini juga merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu (S1) konsentrasi Hubungan Masyarakat, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.

Berikut rincian permasalahan yang akan di identifikasi :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun Instagram @humasbdg dalam menyampaikan pesan atau informasi kegiatan wali Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Opini yang terbentuk oleh *followers* akun Instagram @humasbdg.
	* 1. **Kegunaan Penelitian**
			1. **Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini ditujukan bagi pengembangan bidang keilmuan dalam program studi komunikasi, terkhusus pada pengembangan strategi komunikasi dalam politik yang menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah masukan dalam menyaring pesan-pesan yang akan disampaikan kepada publik melalui media dan salah satu yang menjadi fokus utama adalah media sosial instagram yang merupakan media yang sering dipakai oleh pemuda-pemudi kota bandung.

* + - 1. **Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi :

1. Masukan bagi humas kota bandung dalam mengembangkan dan menjalankan sebuah komunikasi yang baik pada setiap kegiatan yang sedang dijalani.
2. Masukan dalam menyaring pola pesan yang akan diberikan kepada publik dalam praktek komunikasi melalui penggunaan media sosial Instagram.
3. Masukan dalam melihat strategi penyampaian pesan mengenai kegiatan yang disampaikan
4. Menmbentuk sebuah opini masyarakat untuk bersama mengatasi masalah yang sedang atau akan muncul di kota Bandung.
	1. **Kerangka Pemikiran**

**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

**Pembentukan Opini *Followers @*humasbdg**

**Strategi Penyusunan Komunikator**

**Strategi Menetapkan Pesan**

**Strategi Penentuan *Physical Context***

**Strategi Pencapaian Efek**

**(Arifin, 1994:51)**

**Strategi Komunikasi Kegiatan Wali Kota Bandung Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram (@humasbdg) dalam Membentuk Opini *Followers***

***Uses and Gratifications* *Theory***

**Sumber : Teori *Uses and Gratification*; Strategi komunikasi, Modifikasi Pembimbing, Hasil Olahan Peneliti (2017)**