

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era Globalisasi tentunya perkembangan teknologi sangat pesat dan tidak dapat dipungkiri keberadaanya. Termasuk dalam mengakses sesuatu, mencari informasi, memberikan informasi dan menghubungkan suatu dimensi. tentunya Teknologi amat sangat diperlukan dan banyak sekali membawa manfaat yang positif bagi kita di kehidupan sehari-hari. Tanpa kita sadari perkembangan media yang termasuk kedalam perkembangan teknologi juga ikut berperan aktif dalam kehidupan kita. Baik media elektronik, media cetak maupun media online sama sama hadir untuk memudahkan hidup manusia.

Media online sendiri adalah media yang digunakan oleh para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual atau yang biasa kita sebut dengan Media Sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang bisa memudahkan penggunanya untuk saling berinteraksi, bertukar informasi, berbagi dan menciptakan sesuatu tanpa adanya Batasan ruang dan waktu,

bermunculannya aplikasi di media sosial membuka peluang bagi masyarakat, instansi atau suatu pemerintahan dalam melakukan suatu usaha. Peluang menggunakan media sosial tidak hanya dalam pada usaha produk atau jasa tetapi juga untuk melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis,

mencari informasi atau aktivitas lainnya. Salah satu aplikasi yang marak digunakan oleh banyak orang dalam Media Sosial adalah Instagram.

Instagram terpantau pada saat ini berada di peringkat ke-8 sebagai salah satu populer di Indonesia dengan mencapai 10% pengguna. Berdasarkan sumber e-marketer.com (2017) pengguna Instagram dengan usia 15-35 tahun menggunakan Instagram sebagai ajang memposting foto pada saat Travelling mencapai 48.8% di Indonesia. Dan jumlah pengguna aktif Instagram mencapai 22 juta orang.

Sedangkan dikuti dari tekno.kompas.com instagram pada sampai dengan November 2019 ini jumlah pengguna aktif bulanan adalah 61.610.00 dimana artinya 22,6 persen atau setara dengan seperempat total penduduk Indonesia menggunakan Instagram dan 14,5 juta pengguna Instagram berasal dari Jawa Barat.

Instagram sangat berperan penting sebagai salah satu aplikasi dalam media sosial pada era digital sekarang ini, seiring dengan kemajuan teknologi instagram menjadi aplikasi yang sangat diminati banyak orang. Selain hanya untuk kepentingan pribadi, pada saat ini Instagram juga menjadi salah satu platform dan ajang publikasi bagi instansi pemerintahan. Bentuk aktivitasnya adalah menjalankan pelayanan informasi publik. Menindaklanjuti dan mendokumentasikannya. Hal ini dilakukan untuk upaya mempertahankan maupun meningkatkan dukungan publik, persepsi, citra, dan reputasi Lembaga yang positif.

Pada dasarnya pimpinan suatu Lembaga organisasi perusahaan dan Pemerintahan sangat mempunyai peran penting untuk pembentukan suatu citra positif pada lembaganya sendiri. Peranan suatu Lembaga organisasi khususnya

Lembaga pemerintahan harus memiliki kegiatan komunikasi agar terbentuklah suasana yang produktif guna memiliki hubungan yang erat dengan suatu organisasi lainnya. Dalam rangka membangun citra pemerintahan itu sendiri. Salah satu usaha tersebutlah yang seharusnya juga dilakukan oleh suatu Lembaga pemerintahan, yaitu Dinas Perumahan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung dalam rangka membangun dan meningkatkan citra Positif melalui media sosial Instagram.

Sebuah Lembaga tentunya harus memiliki media untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik. Lembaga tentunya harus memanfaatkan media tersebut tidak hanya untuk menyampaikan pesan melainkan memberikan informasi adanya interaksi yang bertujuan untuk mempertahankan citra baik Dan positif terhadap publik itu sendiri

Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan kota Bandung bisa memanfaatkan *Instagram* sebagai salah satu media untuk membangun dan meningkatkan citra pada Lembaga Pemerintahan karena di era globalisasi pada saat ini sudah hampir dari semua lapisan masyarakat Khususnya masyarakat Kota Bandung memiliki *Instagram*.

Kota bandung ialah kota yang dikenal dengan kota taman, dimana kurang lebih ada 600 tanaman yang menghiasi Kota bandung dan masing-masing taman tentunya mempunyai nama. Pemeliharaan tanaman tentunya tidak luput dari salah satu pengawasan Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung. Selain itu juga dinas yang biasa disebut DPKP3 ini

mengawasi jalannya sarana dan prasarana perumahan dan pemeliharaan pohon serta tanah di kota bandung. Dengan ini tentulah Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan kota bandung harus memiliki sarana untuk membangun suatu citra. Sarana yang tentunya sangat strategis adalah media sosial *Instagram*.

Dengan adanya akun media sosial Instagram @dpkp3bandung Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan Kota bandung memiliki akses untuk bisa membangun citra positif yang tentunya bisa dilihat oleh publik. *Instagram* @dpkp3bandung terpantau pada saat ini memiliki hampir 3 ribu lebih pengikut dengan 243 mengikuti juga 145 kiriman. Dengan adanya akun Instagram @dpkp3bandung tentunya adalah suatu identitas Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung.

Maka dari itu Dengan adanya akun *Instagram* yang dimiliki oleh DPKP3 Kota Bandung publik tentunya bisa berpartisipasi untuk turut serta mengetahui, menela'ah dan mengawasi kebijakan apa saja yang dibuat oleh DPKP3 Kota Bandung yang diunggah melalui *Instagram* @dpkp3bandung baik berupa tulisan, video atau gambar yang sudah diunggah oleh akun *Instagram* @dpkp3bandung.

Pada dasarnya dukungan publik sangat diperlukan bagi kepentingan sebuah Lembaga. Sebuah Lembaga tidak akan berjalan lancar atau hidup tanpa adanya dukungan dari publik. Salah satu upaya untuk memperoleh dukungan tersebut adalah dengan cara membangun citra dan atau reputasi.

Menurut Wiji Kasmirus (2013) citra dan reputasi sangat penting bagi sebuah Lembaga perusahaan maupun pemerintahan. Maka dari itu, di era globalisasi membangun citra dan reputasi adalah suatu hal yang sangat mendesak dan wajib dicermati oleh Lembaga perusahaan, dimana membangun citra adalah usaha untuk membentuk persepsi positif pada publik atau masyarakat sekitar terhadap suatu Lembaga perusahaan maupun pemerintahan. Citra akan terbentuk secara positif ataupun negatif tergantung dari persepsi publik atau masyarakat itu sendiri.

dukungan publik sangat mutlak diperlukan dalam sebuah Lembaga untuk keberlangsungan menjalankan sebuah kebijakan dan mekanismenya. Dimana tentunya dalam hal ini publik berperan penting untuk kelangsungan mekanisme pada Pemerintahan. Publik sebagai sekelompok individu sosial memiliki persepsi masing-masing dalam menanggapi sesuatu sehingga pada akhirnya publik mengungkapkan persepsi dan setiap pengalaman yang dilaluinya, termasuk bagaimana persepsi kepada Lembaga Perusahaan dan Pemerintahan.

Persepsi itu sendiri adalah sebuah pengalaman tentang sebuah objek, atau sebuah hubungan dari penyimpulan informasi dalam menafsirkan sebuah pesan, yang dipengaruhi oleh tiga dimensi yaitu : *sensasi*, *attention*, dan *exception*. Maka dari itu persepsi dapat berbeda-beda bila diungkapkan setiap individu. Perbedaan terdapat dalam sudut pandang. Ada yang mempersepsikan sesuatu dengan baik menjadi persepsi positif begitupun sebaliknya, ada yang mempersepsikan sesuatu dengan buruk sehingga menjadi persepsi yang negative dan tentunya akan mempengaruhi Tindakan manusia di dunia nyata.

Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi publik sangat mempengaruhi citra suatu Lembaga Perusahaan maupun Lembaga Pemerintahan. Opini publik sangat dibutuhkan untuk membuat kesimpulan apakah citra yang terbentuk dalam publik adalah citra yang positif atau citra yang negatif.

Jika salah satu usaha Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman, Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung adalah membangun Citra Positif melalui Instagram, maka tentunya ada persepsi publik yang memiliki timbal balik atas dari bagaimana usaha Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman membangun suatu citra di media sosial Instagram. Dan tentunya citra tersebut sudah terbentuk dengan sendirinya,, Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti **“Persepsi Masyarakat mengenai citra Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram.”**

1.2 Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan susunan Konteks Penelitian peneliti memfokuskan pada :
“ Persepsi Masyarakat mengenai Citra DPKP 3 Kota Bandung Melalui *instagram*”

1.2.2 Pertanyaan Masalah

Peneliti memiliki Fokus Penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan Arahan kepada peneliti saat melakukan penelitian, pada akhirnya peneliti Membuat Pertanyaan Masalah kepada beberapa Pokok Penelitian yaitu :

1. Bagaimana sensasi masyarakat Kota Bandung mengenai citra DPKP 3 Kota bandung melalui Media sosial *Instagram*?
2. Bagaimana Atensi masyarakat Kota Bandung mengenai citra DPKP 3 Kota Bandung Melalui media sosial *Instagram*?
3. Bagaimana interpretasi Mahasiswa Mengenai citra DPKP 3 Kota Bandung Melalui Media Sosial *Instagram*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan Peneliti Adalah untuk menyelesaikan program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Kemudian tujuan lain dari penelitian ini adalah seperti yang sudah dipaparkan di rumusan masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui sensasi dari Masyarakat Kota Bandung mengenai citra DPKP 3 Bandung melalui *Instagram*
2. Untuk mengetahui Atensi dari Masyarakat Kota Bandung mengenai citra DPKP 3 Bandung melalui *Instagram*

3. Untuk mengetahui Interpretasi Masyarakat Kota Bandung mengenai citra DPKP 3 Bandung Melalui *Instagram*

1.3.2 Kegunaan Penelitian

2. Secara teori semoga penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat untuk mengembangkan teori – teori yang berkaitan dengan persepsi khususnya Persepsi Masyarakat terhadap citra Dinas Perumahan dan Kawasan Pemukiman, Pertanahan dan Pertamanan kota bandung dan menjadi dasar untuk penelitian yang lebih spesifik.
3. Secara Praktis untuk memberi pengetahuan tentang teori deskriptif kualitatif serta pandangan masyarakat tentang instansi pemerintahan dalam membangun citra di dalam Media sosial yaitu Instagram