

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat (Diskominfo) merupakan salah satu instansi pemerintahan yang mengimplementasikan *digital public relations* sebagai fasilitator bagi masyarakat untuk memahami serta mengetahui penyelenggaraan program Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Media yang digunakan salah satunya adalah melalui aplikasi instagram dengan akun @humas\_jabar serta @jabarprov yang memiliki fungsi sebagai tempat publikasi Pemprov Jabar dalam menyebarkan informasi kepada publiknya. Penting bagi Pemerintah daerah untuk dapat mengenalkan pencapaian serta perubahan yang telah dicapai.

*Digital Public Relation* adalah memanfaatkan media berbasis internet untuk melakukan kegiatan kehumasan (Onggo, 2004). Instagram menjadi media yang tepat bagi *digital public relations* untuk membagikan konten-kontennya. Membuat konten agar terlihat lebih menarik harus diiringi dengan kreativitas dalam pengemasannya. Konten yang diproduksi oleh *digital public relations* harus *relate* dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Diskominfo Provinsi Jawa Barat mengelola dua akun instagram resmi yang menyajikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang telah dicapai oleh pemerintah Jawa Barat yaitu @humas\_jabar serta @jabarprovgoid. Kedua akun

tersebut memiliki peruntukan yang berbeda. Perbedaan dari kedua akun instagram tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perbedaan Informasi Instagram Humas Provinsi Jawa Barat

Akun Instagram Humas Jawa Barat yang dikelola oleh Diskominfo Jabar	
@jabarprovgoid	@humas_jabar
<i>Press Release</i>	Berita Infografis
Berita Seputar Pemerintahan	Isi konten tidak selalu pemerintah
Bahasa baku	Bahasa lebih gaul
Isi konten grafis berupa foto	Isi konten grafis simpel dan bagus

Sumber : Olahan Penulis 2023

Tabel diatas menunjukkan perbedaan informasi diantara akun instagram yang dikelola oleh diskominfo jabar. Akun @jabarprov menampilkan aktivitas pemerintahan jawa barat secara menyeluruh serta penulisan teks dan visualisasi yang terkesan formal dan baku. Sedangkan akun instagram @humas\_jabar lebih banyak mengeluarkan konten informasi dan edukasi berupa infografis disertai dengan teks yang terkesan tidak baku. *Feeds* ataupun isi konten dari @humas\_jabar lebih menarik dan tertata. Sehingga peneliti lebih tertarik untuk meneliti instagram @humas\_jabar.

Gambar 1. 1 Instagram humas jabar

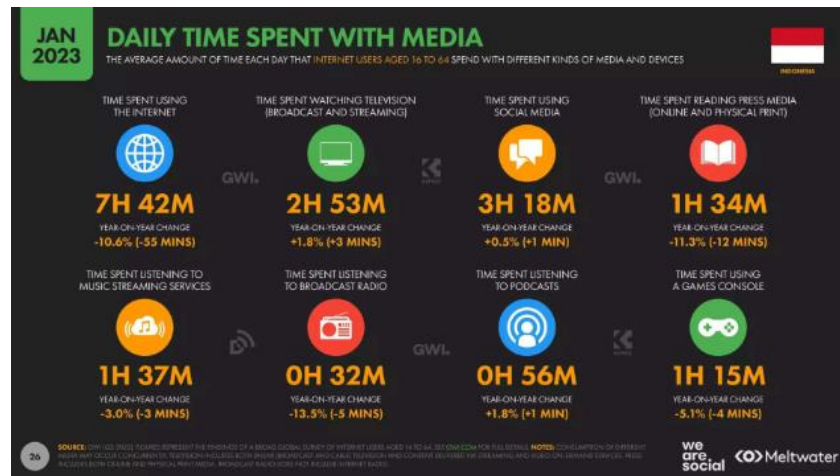


Sumber : Olahan Penulis, 14 Maret 2023

Instagram @Humas\_Jabar memuat berbagai macam jenis informasi, seperti hari penting di Jawa Barat, infografis, tips dan trik, pengumuman penting, *review* jajanan pasar khas sunda, penghargaan yang diterima Jawa Barat, *giveaway*, destinasi pariwisata di Jawa Barat serta program Japri (Jabar Punya Informasi).

Berdasarkan laman We Are Social per Januari 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa dari 276,4 juta jiwa atau setara dengan 60,4% Populasi. Pemanfaatan instagram sebagai media untuk melakukan *Digital Public Relations* menarik untuk diteliti karena instagram menempati urutan kedua yang sering digunakan oleh masyarakat indonesia. Rata-rata masyarakat Indonesia mengakses media sosial selama tiga jam delapan belas menit dalam sehari.

Gambar 1. 2 Kegiatan dan durasi penggunaan internet di Indonesia



Sumber: We Are Social

Instagram dipilih oleh peneliti karena menjadi media sosial paling interaktif serta memiliki jumlah pengikut paling banyak jika dibandingkan dengan media sosial Humas Jabar lainnya, seperti Youtube, Twitter dan Facebook. Per tanggal 14 Maret 2023, jumlah pengikut Instagram @humas\_jabar berjumlah 190.000, jumlah pengikut Twitter berjumlah 59.100, jumlah pengikut Youtube berjumlah 41.900, dan jumlah pengikut Facebook berjumlah 21.000.

Diskominfo Jawa Barat menggunakan instgaram serta memanfaatkan fitur instagram sebagai media untuk melakukan penyebaran informasi. Konten yang dihasilkan sangat bervariasi dan terkonsep sehingga mempunyai daya tarik tersendiri. Hal ini sesuai dengan *digital public relations* yang memanfaatkan media *digital* untuk melakukan sebuah strategi kehumasan. *digital public relation* merupakan praktik baru di dunia *public relations* yang menggunakan internet

sebagai media perantara dan memanfaatkan kekuatan *digital* untuk membangkitkan minat publik (Asih, Muchtar, & Abidin, 2020)

Segala aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* di internet disebut sebagai aktivitas *public relations*. Dengan menggunakan aplikasi instagram termasuk kedalam *digital public relations*. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengulas strategi *digital public relations* yang dilakukan oleh @humas\_jabar. Penggunaan media sosial memiliki fungsi yang sangat penting bagi instansi pemerintah, tujuannya untuk memberikan suatu informasi yang dapat meningkatkan kognitif publiknya, sehingga dapat mempengaruhi dan bisa dikenal oleh publiknya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti strategi *digital public relations* yang dilakukan oleh humas provinsi Jawa Barat dengan judul “STRATEGI *DIGITAL PUBLIC RELATION* HUMAS JABAR MELALUI APLIKASI INSTAGRAM”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka fokus pada penelitian ini adalah “*digital public relations* humas jabar melalui media sosial instagram”

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana proses penemuan fakta pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram?
2. Bagaimana proses perencanaan pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram?
3. Bagaimana proses pelaksanaan komunikasi pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram?
4. Bagaimana evaluasi pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram?

#### **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan jawaban, memperoleh informasi atau penemuan baru. Sedangkan kegunaan penelitian adalah manfaat dari hasil penelitian.

##### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui penemuan fakta pada pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram.
2. Untuk mengetahui perencanaan pada pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan komunikasi pada pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram.

4. Untuk mengetahui evaluasi pada pada Strategi *Digital Public Relations* Humas Jabar melalui Instagram.

#### **1.4.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat untuk pihak-pihak terkait. Baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

##### **1.4.2.1. Kegunaan Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta menambah wawasan akan pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi terutama mengenai *Digital Public Relations*.
- c. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya yang meneliti hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

##### **1.4.2.2 Kegunaan Praktis**

- a. Bagi Diskominfo Provinsi Jawa Barat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan maupun refrensi dalam melakukan strategi *digital public relations* melalui aplikasi instagram.
- b. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dalam menghadapi permasalahan yang nyata terkait dengan strategi *digital public relations* melalui media sosial instagram.