

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan media sosial khususnya instagram di Indonesia yang begitu pesat membuat komunikasi online semakin diminati dan menjadi salah satu media komunikasi terpopuler di Indonesia bahkan di dunia. Dengan dimudahkannya penggunaan media sosial serta informasi yang didapatkan lebih cepat. Inilah yang menjadikan jaringan internet sebagai media komunikasi yang paling dipilih dan diminati oleh masyarakat. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Atmoko: 2012). Media sosial memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Di dalam media sosial tidak ada batasan-batasan untuk berinteraksi maupun batasan ruang dan waktu. Manusia dapat berinteraksi dengan yang lainnya dimanapun dan kapanpun tidak memperdulikan jauhnya jarak diantara mereka dan tidak mengenal siang maupun malam.

Media sosial Instagram sebagai media baru hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan terjadinya pergeseran bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini Disbudpar Kota Bandung dalam berkomunikasi. Disbudpar Kota Bandung saat ini memanfaatkan instagram sebagai sarana atau media komunikasi untuk menyampaikan berbagai pesan dan

informasi terkait berbagai program dan aktivitas yang dilakukannya. Seperti yang tercermin dalam observasi awal yang peneliti lakukan, melalui akun instagram miliknya @disbudpar.bdg, Disbudpar Kota Bandung menggunakan instagram sebagai media untuk menyampaikan berbagai pesan atau informasi tentang aktivitas dan kegiatan berkaitan dengan program-program pemerintah yang akan dan telah dilaksanakan.

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung sebagai pihak yang bertanggung jawab atas sektor pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam menginformasikan potensi wisata di Kota Bandung. Saat ini, media sosial menjadi salah satu platform yang paling efektif dalam menyampaikan pesan/informasi dalam sektor pariwisata. Instagram, sebagai salah satu media sosial terpopuler di dunia, menjadi salah satu pilihan strategis bagi Disbudpar Kota Bandung untuk mengkomunikasikan informasi seputar pariwisata.

Di era digital saat ini, pemerintah di seluruh dunia semakin menyadari pentingnya media sosial dalam memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh pemerintah sebagai alat komunikasi dan juga sebagai media penyampaian pesan/Informasi. Pemerintah Kota Bandung juga tidak ketinggalan dalam memanfaatkan media sosial Instagram, terutama oleh Disbudpar Kota Bandung.

Namun, dalam menghadapi berbagai tantangan dan kebutuhan dalam menyampaikan pesan/informasi dalam sektor pariwisata di Kota Bandung,

Disbudpar Kota Bandung perlu memiliki strategi komunikasi yang efektif melalui akun Instagram. Strategi komunikasi yang efektif dapat membantu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan potensi wisatawan dalam penyampaian informasi pariwisata di Kota Bandung. Oleh karena itu, penulis mengambil judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH MELALUI AKUN INSTAGRAM DISBUDPAR KOTA BANDUNG”**.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintah Melalui Akun Instagram Disbudpar Kota Bandung @disbudpar.bdg”.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan fokus penelitian diatas, maka pernyataan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung melalui akun instagram @disbudpar.bdg.
2. Bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung dalam menyampaikan informasi tentang program-program pemerintah dalam sektor pariwisata di Kota Bandung.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung melalui akun Instagram @disbudpar.bdg.
2. Untuk mengetahui aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung dalam menyampaikan informasi tentang program-program pemerintah dalam sektor pariwisata di Kota Bandung.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi pemerintah dalam mempromosikan sektor pariwisata melalui media sosial, khususnya Instagram. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Disbudpar Kota Bandung untuk lebih memahami dan meningkatkan efektivitas strategi komunikasi.

1. Kegunaan Teoritis
 - a) Menjadi referensi tinjauan ilmiah penelitian berikutnya tentang pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media strategi komunikasi.
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangan ilmu dalam kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi di media sosial *instagram*.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman baik untuk penulis, baik secara teoritis

maupun praktis, serta dapat menambah wawasan tentang aplikasi dan teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama menempuh kuliah khususnya dalam meneliti tentang strategi komunikasi. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemerintah Melalui Akun Instagram Disbudpar Kota Bandung ini diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadikan acuan bagi aktivitas akademis.