

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi era digital saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi bagi instansi pemerintahan dalam mengedukasi masyarakat bagaimana cara menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dengan cermat.

Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung merupakan salah satu instansi yang berada dibawah naungan pemerintahan Kota Bandung. Yang mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan Pemerintahan Daerah di bidang komunikasi, informatika dan Humas berdasarkan azas otonomi dan pembantuan dan memiliki fungsi sebagai pelaksanaan serta pelayanan teknis administratif dinas, melaksanakan tugas yang diberikan oleh walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya, perumusan kebijakan teknis di bidang komunikasi, informatika dan Humas, dan pembinaan serta pelaksanaan komunikasi, informatika dan ke Humas yang meliputi pos dan telekomunikasi, sarana komunikasi, desiminasi informasi dan teknologi informasi serta Humas.

Pada mulanya Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung merupakan salah satu lembaga teknis daerah yang berbentuk Badan,yaitu Badan Komunikasi dan Informatika (BAKOMINFO). BAKOMINFO Kota Bandung yaitu Lembaga Teknis Daerah yang dibentuk berdasarkan Peraturan

Daerah Kota Bandung Nomor 12 Tahun 2007, pada tanggal 4 Desember 2007. Dan merupakan Penggabungan Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD) Dinas dan Kantor di lingkungan Pemerintah Kota Bandung yaitu Dinas Informasi dan Komunikasi dengan Kantor Pengolahan Data Elektronik (KPDE).

Dengan demikian BAKOMINFO terbentuk sejak diberlakukannya PERDA Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung Tanggal 7 Agustus 2009. Maka Badan Komunikasi dan Informatika Kota Bandung menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kota Bandung.

Sebagai instansi pemerintahan tentunya DISKOMINFO Kota Bandung perlu membangun citra baik dimata masyarakat. Dalam proses membangun citra tentunya tidak terlepas dari peran dan fungsi praktisi Humas. Peran dan fungsi Humas diantaranya yaitu agar tetap terjaga hubungan yang baik dan mengantisipasi agar tidak mengalami kerugian akibat kehilangan kepercayaan publik atau Masyarakat.

Humas merupakan alat yang penting untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan citra positif suatu *instansi*. Dengan menerapkan strategi Humas yang efektif, organisasi atau individu dapat membangun kepercayaan dan pemahaman publik, mengelola reputasi dengan baik, membangun hubungan yang saling menguntungkan, menanggulangi krisis, dan meningkatkan

brand awareness. Hal ini pada gilirannya dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan instansi dan meningkatkan citra positif di mata publik.

Dalam dunia yang dinamis dan saling berhubungan saat ini, Humas telah muncul sebagai alat yang sangat diperlukan bagi organisasi dan individu yang ingin menavigasi kompleksitas persepsi publik dan manajemen reputasi. Humas mencakup berbagai kegiatan komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan utama, termasuk media, pelanggan, karyawan, dan masyarakat luas.

Organisasi pemerintah juga membutuhkan citra yang positif agar dapat terus diterima oleh masyarakat. Citra positif atau negatif dari sebuah organisasi pemerintah mempengaruhi persepsi yang ditampilkan oleh publik. Oleh karena itu, organisasi pemerintah harus berupaya untuk membentuk citra perusahaannya. Hal ini sangat penting untuk dilakukan karena sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan yang terjadi di Indonesia saat ini, diperlukan paradigma baru dalam penyelenggaraan pemerintahan, yaitu paradigma sistem pemerintahan yang mengarah pada “*Good Governance*”.

Mengacu pada perkembangan kebijakan pemerintah tersebut di atas, nampaknya dalam penyelenggaraan pelayanan pemerintahan yang baik, kini pemerintah dituntut untuk mulai mengembangkan dimensi keterbukaan, aksesibilitas, akuntabilitas dan transparansi. Kantor-kantor pemerintahan, seperti departemen, atau lembaga-lembaga pemerintahan lainnya, mulai menyadari bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat, bersih dan berwibawa, sangat

diperlukan adanya banyak kritik dan pendapat dari pihak lain atau opini publik. Salah satu bagian atau lembaga dalam kantor pemerintahan yang bertugas untuk mewujudkan suatu bentuk yang terbuka, transparan dan mudah diakses adalah bidang hubungan masyarakat atau yang dikenal dengan Humas. Seperti diketahui, humas dalam menjalankan fungsinya, mengemban tugas untuk melayani kepentingan publik yang pada akhirnya membangun citra organisasi atau lembaga tempat humas berada.

Menurut *Association* Humas, Humas merupakan keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan menjaga citra atau nilai baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Humas dilakukan secara terus-menerus dan sebuah upaya yang terencana. Setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan melalui proses perencanaan sehingga menciptakan nilai baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

Humas merupakan bidang yang memerlukan perencanaan yang matang, sama dengan bidang periklanan yang melakukan “komunikasi”, yaitu gabungan antara melakukan komunikasi sekaligus membujuk (*persuasive*), dalam melakukan kampanye, selain untuk mengampanyekan program kerja, aktivitas dan informasi, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran, atau pengertian dan mencari dukungan publik dari sasaran khalayaknya (*target audience*), dan sekaligus memengaruhi serta membujuk sasaran khalayak yang terkait dan dituju (*significant public*), perkembangan berikutnya dikenal dengan *stake holder*.

Di tengah lanskap digital Indonesia yang dinamis, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung menjadi pusat penting untuk mendorong komunikasi yang lancar dan menjembatani kesenjangan digital. Sebagai kota yang merangkul kekuatan transformatif dari teknologi, Diskominfo menghadapi tantangan untuk mempertahankan citra dan reputasi positif di tengah lanskap media yang berkembang pesat dan masyarakat yang semakin cerdas.

Melihat Masyarakat yang mengalami krisis kepercayaan terhadap instansi pemerintahan, dikarenakan isu-isu politik dan adanya pro kontra dalam kebijakan yang dibuat pemerintah. Maka dari itu peran Humas (*public relation*) sangat penting untuk mengembalikan kepercayaan Masyarakat serta menjaga citra baik instansi pemerintahan.

Dengan banyaknya media saat ini yang memberikan informasi yang membuat Masyarakat sulit untuk memilah-milah informasi yang terpercaya dan akurat. Oleh karena itu, Dinas Komunikasi dan Informatika menjadi jembatan informasi bagi Masyarakat mengenai informasi Pemerintahan Kota Bandung.

Humas membantu Diskominfo membangun komunikasi yang efektif dengan publik melalui berbagai saluran, seperti media massa, media sosial, dan acara publik. Komunikasi yang efektif dapat membantu membangun kepercayaan dan pemahaman publik terhadap Diskominfo, yang pada gilirannya berkontribusi pada citra positif. Humas juga membantu Diskominfo mengelola reputasi dengan memantau pemberitaan dan opini publik, serta menanggapi isu-isu yang muncul secara tepat dan cepat. Humas juga

proaktif dalam mempromosikan pencapaian positif dan membangun narasi yang positif tentang Diskominfo.

Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki peran yang sangat penting untuk masyarakat Kota Bandung. Karena dengan adanya DISKOMINFO masyarakat semakin mudah untuk mengakses informasi terbaru dan memudahkan masyarakat untuk menyampaikan keluhan-keluhan, dan melakukan pengaduan terkait masalah yang mereka hadapi.

DISKOMINFO Kota Bandung memanfaatkan media sosial untuk dijadikan sarana informasi dan komunikasi. Salah satunya melalui media sosial *Instagram* pada akun @humas_bandung guna mempermudah masyarakat dalam melakukan pengaduan, keluhan, dan mempermudah masyarakat dalam mencari informasi.



Gambar 1. 1 Media Sosial *Instagram* DISKOMINFO Kota Bandung

PENCILS (*Publications, events, news, community involvement, inform/image, lobbying and negotiations, social responsibility*) menjadi salah satu strategi Humas yang dapat digunakan dalam menjaga citra positif karena Strategi *PENCILS* Humas menawarkan pendekatan yang efektif untuk membangun dan memelihara citra positif di era digital. Dengan menerapkan strategi ini, organisasi dan individu dapat meningkatkan kesadaran publik, membangun hubungan yang kuat, memperkuat reputasi, dan mencapai tujuan institusi.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan berfokus pada “Strategi *Public Relation* Dalam Menjaga Citra Positif DISKOMINFO Kota Bandung”.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kegiatan *Publication* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
2. Bagaimana kegiatan *Event* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
3. Bagaimana kegiatan *News* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
4. Bagaimana kegiatan *Community Involvement* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
5. Bagaimana kegiatan *Inform* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
6. Bagaimana kegiatan *Lobbying and Negotiations* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?
7. Bagaimana kegiatan *Social Responsibility* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kegiatan *Publication* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
2. Untuk mengetahui kegiatan *Event* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
3. Untuk mengetahui kegiatan *News* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
4. Untuk mengetahui kegiatan *Community Involvement* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
5. Untuk mengetahui kegiatan *Inform* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
6. Untuk mengetahui kegiatan *Lobbying and Negotiations* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.
7. Untuk mengetahui kegiatan *Social Responsibility* yang dilakukan *Public Relation* DISKOMINFO Kota Bandung dalam menjaga citra positif.

1.3.3. Kegunaan Penelitian

Kegunaan teoritis:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian untuk pengembangan ilmu pengetahuan yaitu komunikasi Humas.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran peran Humas dalam menjaga citra DISKOMINFO Kota Bandung.

Kegunaan Praktis:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi para pembaca.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi instansi pemerintahan dalam menjaga citra positif.