



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik eksternal (luar) perusahaan merupakan suatu keharusan yang mutlak. Hubungan ke luar perlu dibina oleh perusahaan atau instansi, dan pihak yang bertugas untuk melakukan hal tersebut adalah Divisi Humas atau *Public Relations* (Firdaus 2013:35). Tugas utama seorang *Public Relations* menurut Jefkins (Firdaus 2013:33) adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, guna memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak yang turut berkepentingan. Hal itu dimaksudkan agar terjadi komunikasi dua arah yang baik. Menciptakan komunikasi dua arah dilakukan dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya (Ishaq 2017:58).

DPRD Kota Bogor memiliki bagian Fasilitasi Penganggaran, Pengawasan, dan Kehumasan atau divisi humas yang bertugas sebagai komunikator untuk menyampaikan berbagai informasi kepada publiknya. Tujuan akhir dari penyampaian informasi adalah menciptakan pengertian dan hubungan baik dengan publik yang pada akhirnya dapat membangun citra dari DPRD Kota Bogor. Karena menurut Firdaus (2013:33) inti dari tugas *Public Relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik.

Citra menurut Ruslan (2020:75) merupakan tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *Public Relations*. Pengertian citra itu sendiri adalah abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Menciptakan hubungan yang baik dengan publik dilakukan untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini tentunya dapat dilakukan oleh *Public Relations* dengan menunjukkan hal-hal positif mengenai apa saja yang telah dilaksanakan dan direncanakan oleh perusahaan. Selain itu, hal tersebut juga dapat dilakukan dengan memberikan keterangan dan penjelasan kepada publik dengan jujur agar mereka merasa puas serta merasa diikutsertakan dalam usaha-usaha perusahaan itu (Firdaus 2013:17).

Untuk dapat menjalankan tugasnya sebagai komunikator, Divisi Humas DPRD Kota Bogor membutuhkan media penyampaian informasi yang tepat. Saat ini kita hidup di zaman *modern* dimana teknologi terus maju dan internet terus berkembang hingga akhirnya melahirkan suatu teknologi baru yakni Web 2.0 yang memperkenalkan dunia pada Web Sosial dan merupakan sebuah medium yang digunakan seseorang dalam berkomunikasi dengan publik yang mereka kehendaki. Salah satu bentuk aplikasi dari teknologi Web 2.0 adalah media sosial (Pienrasmi 2015). Menurut Nasrullah (2020:11) media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial menawarkan pola komunikasi secara lebih mudah, lebih luas, lebih detail, lebih cepat, serta lebih efisien sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



pada saat ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Di Indonesia sendiri, data riset Hootsuite (*We Are Social*) pada Tahun 2022 menunjukkan bahwa ada sekitar 4,95 milyar pengguna internet. Data riset tersebut juga menunjukkan bahwa sebagian besar dari pengguna internet tersebut mengakses media sosial dengan total 4,62 milyar pengguna aktif media sosial.

Diantara banyaknya media sosial, Divisi Humas DPRD Kota Bogor memilih Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada publiknya, karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hootsuite (*We Are Social*) pada Tahun 2022 Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan total 99,15 juta pengguna. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto ataupun video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram sebagai media sosial yang populer kini telah digandrungi hampir semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Keberadaan Instagram hampir diterima oleh semua kalangan disebabkan oleh tersedianya berbagai fitur menarik seperti Instagram *Stories*, *reels*, dan berbagai fitur menarik lainnya, fitur-fitur Instagram terus berinovasi sehingga membuat penggunanya tidak merasa jenuh, selain itu Instagram juga merupakan media sosial yang dapat memberikan *feedback* berupa *like* ataupun komentar terhadap unggahan (Maulana *et al.* 2019).

Melalui media sosial seperti Instagram, penyampaian informasi, komunikasi, publikasi dapat dilakukan secara mudah, dan cepat sehingga melalui media tersebut komunikasi dalam rangka membangun pengertian bersama antara perusahaan dengan publik dapat dilakukan dengan mudah. Melalui Instagram @dprd.kotabogor divisi humas berusaha memproses sebuah informasi menjadi konten yang dapat menarik kepercayaan publik terhadap DPRD Kota Bogor yang pada akhirnya dapat membangun citra.

Tugas Divisi Humas di DPRD Kota Bogor merupakan suatu unsur penting dalam menciptakan *image* positif dari DPRD sebagai salah satu Lembaga Pemerintahan Daerah. Dibutuhkannya keterampilan yang baik untuk dapat menjalankan tugas sebaik mungkin. Berdasarkan latar belakang ini maka disusun Laporan Akhir berjudul; “Tugas Humas DPRD Kota Bogor dalam Membangun Citra melalui Media Sosial Instagram”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang dibahas dalam Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Bagaimana tugas Divisi Humas DPRD Kota Bogor dalam memproses konten untuk membangun citra melalui Media Sosial Instagram?
- 2) Apa saja jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Humas DPRD Kota Bogor melalui Media Sosial Instagram?
- 3) Bagaimana cara Divisi Humas DPRD Kota Bogor dalam mengevaluasi konten yang telah disebarluaskan melalui Media Sosial Instagram?



Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan penulisan Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Menjelaskan tugas Divisi Humas DPRD Kota Bogor dalam memproses konten untuk membangun citra melalui Media Sosial Instagram.
- 2) Mengidentifikasi jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Humas DPRD Kota Bogor melalui Media Sosial Instagram.
- 3) Menjelaskan cara Divisi Humas DPRD Kota Bogor dalam mengevaluasi konten yang telah disebarluaskan melalui Media Sosial Instagram.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengambilan data Laporan Akhir dilaksanakan di DPRD Kota Bogor, yang terletak di Jl. Pemuda No. 25-29, Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat. Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang terhitung selama dua bulan, yaitu sejak tanggal 2 Februari sampai dengan tanggal 31 Maret 2022. Pengumpulan data disesuaikan dengan jadwal kerja di DPRD Kota Bogor dengan jadwal kerja yaitu pada setiap hari Senin hingga Jumat pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data merupakan sekumpulan informasi atau keterangan-keterangan yang didapatkan melalui sebuah pengamatan (observasi). Data dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu atau menjawab suatu permasalahan yang ada. Terdapat dua jenis data yang digunakan untuk Laporan Akhir ini, yaitu data primer dan data sekunder:

- 1) Data Primer
Data primer yang didapat yaitu tugas-tugas yang dilakukan oleh Divisi Humas DPRD Kota Bogor saat memproses sebuah informasi menjadi konten dalam upaya membangun citra melalui Media Sosial Instagram serta cara Divisi Humas DPRD Kota Bogor dalam mengevaluasi konten yang telah diunggah melalui Media Sosial Instagram.
- 2) Data Sekunder
Data sekunder yang didapat yaitu jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Humas DPRD Kota Bogor melalui Media Sosial Instagram yang didapatkan melalui akun Instagram milik DPRD Kota Bogor.

Instrumen merupakan alat pendukung yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir. Instrumen yang digunakan antara lain:

- 1) Daftar Pertanyaan
Daftar pertanyaan digunakan untuk mempermudah pengumpulan informasi dan data sebanyak-banyaknya saat melakukan wawancara. Selain itu daftar pertanyaan juga dibuat agar saat wawancara pertanyaan tidak keluar dari topik pembahasan.