

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemerintah melakukan pembenahan pada berbagai aspek untuk mencapai tujuan pembangunan, termasuk aspek pelayanan publik yang berkaitan dengan akses komunikasi dan informasi. Hal ini dilakukan oleh instansi pemerintah dari berbagai daerah di Indonesia, termasuk Kota Bogor. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor menjadi instansi pemerintah di Kota Bogor yang memiliki tugas untuk membantu Wali Kota dalam melaksanakan urusan pemerintahan dibidang pengelolaan komunikasi dan informatika, berdasarkan peraturan Wali Kota tentang uraian tugas dan fungsi serta tata kerja jabatan struktural di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dalam melaksanakan tugasnya terbagi kedalam empat bidang, yaitu bidang Informasi dan Komunikasi Publik, bidang Teknologi Informasi, bidang Layanan *e-Government*, dan bidang Statistik Sektoral.

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor melaksanakan tugasnya dalam mengelola informasi dan komunikasi yang baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan masyarakat Kota Bogor sebagai khalayaknya. Hal ini terlihat dari kegiatan komunikasi yang rutin dilakukan melalui konten-konten yang diunggah setiap harinya, dimana Bidang Informasi dan Komunikasi Publik sebagai komunikator dan masyarakat Kota Bogor pengguna media sosial sebagai komunikannya. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya cukup mengaplikasikan teori-teori Hubungan Masyarakat.

Hubungan Masyarakat atau yang saat ini dikenal dengan sebutan PR memiliki definisi yang beragam berdasarkan pandangan dari masing-masing para ahli. Seidel dalam Kaukab (2020) mendefinisikan PR sebagai proses kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggan, pegawai, dan publik umumnya. Reck dalam Kaukab (2020) mendefinisikan PR sebagai kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan, dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari mereka. PR juga didefinisikan sebagai suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi atau badan (Bonham dalam Kaukab 2020). Dari berbagai pandangan para ahli mengenai definisi Humas, dapat disimpulkan bahwa Humas merupakan kegiatan komunikasi terencana dan berlanjut yang dilakukan untuk menciptakan kesan dan citra positif dimata publik pada organisasi yang diwakilinya.

Berkembangnya ilmu Hubungan Masyarakat membuat berbagai organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintahan semakin mempraktikan teori-teori kehumasan. Hal ini dikarenakan era yang semakin maju, membuat setiap organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintah bersaing agar tetap eksis dan berkembang, dengan menjalin hubungan yang baik dengan khalayaknya. Humas tentunya tidak terlepas dari opini publik, terutama humas pemerintahan. Hal ini membuat banyak instansi pemerintahan semakin gencar untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat sebagai khalayaknya untuk menciptakan

citra positif dan mencapai tujuan instansi pemerintahan terkait, terutama tujuan pembangunan.

Untuk mengetahui keberhasilan humas dalam melakukan tugas dan fungsinya, yaitu untuk membangun hubungan baik dengan publik dalam rangka menciptakan citra positif dan mencapai tujuan pembangunan, maka dilakukanlah kegiatan monitoring, yang salah satunya mencakup monitoring media. Monitoring media sangat penting dilakukan karena pada dasarnya media berhubungan erat dengan kegiatan komunikasi. Hal ini dikarenakan seiring berjalannya waktu, media semakin banyak digunakan oleh suatu organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintah untuk menjalin hubungan dengan masyarakat umum diluar organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintah tersebut.

Media memiliki berbagai definisi yang beragam. Media secara etimologi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *medium* yang diartikan sebagai perantara yang menyampaikan pesan komunikasi. Media secara harfiah berarti perantara penyampaian pesan komunikasi yang mempermudah proses penyampaian informasi dari komunikator (pengirim informasi) kepada komunikan (penerima informasi). Lebih lanjut, media juga didefinisikan sebagai bentuk komunikasi baik dalam bentuk cetak maupun bentuk audiovisual serta peralatannya (Asosiasi Pendidikan Nasional (National Education Association/NEA) dalam Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Dasar 2014). Dari berbagai definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa media merupakan suatu perantara dalam penyampaian informasi pada proses komunikasi oleh komunikator kepada komunikan dalam berbagai bentuk, baik itu cetak (tulisan) maupun audiovisual. Media sendiri tergolong kedalam beberapa jenis, yaitu media cetak, media elektronik, dan media internet (Cangara 2010).

Monitoring media banyak dilakukan oleh bidang humas pada instansi pemerintah. Beberapa humas pada instansi pemerintah menggunakan media *online* dan media cetak sebagai subjek kajian pada kegiatan monitoring media. Sama halnya dengan monitoring media yang dilakukan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor juga menggunakan media *online* untuk mengetahui pemberitaan apa saja dan bagaimana citra terkait Kota Bogor maupun Wali Kota Bogor dimata masyarakat. Akan tetapi, Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor tidak melakukan monitoring pada media cetak, melainkan menggunakan media sosial sebagai subjek kajian lain pada kegiatan monitoring media, mengingat media sosial saat ini memang menjadi sarana yang efektif dalam proses penyampaian informasi kepada khalayak.

Penggunaan media sosial sebagai subjek kajian monitoring media pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dirasa efektif mengingat teknologi informasi dan internet yang semakin berkembang. Hal ini didasarkan pada laporan yang berisi data jumlah pengguna internet di Indonesia pada bulan Januari tahun 2022, dimana datareportal.com mengeluarkan laporan yang berisikan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 204,7 juta pengguna, dimana sekitar 191,4 juta penggunanya merupakan pengguna media sosial. Perkembangan teknologi informasi dan internet yang pesat membuat Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Informatika Kota Bogor memilih untuk menggunakan media *online* dan media sosial sebagai subjek kajian pada monitoring media.

Monitoring media sangat penting bagi organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pandangan, pemikiran, pengetahuan, dan kepercayaan dari publik terhadap organisasi, perusahaan, maupun instansi pemerintahan. Begitu pula dengan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Monitoring media sangat penting dikarenakan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor perlu mengetahui bagaimana citra Kota Bogor, pimpinan (Wali Kota dan Wakil Wali Kota), maupun Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor di mata masyarakat Kota Bogor melalui pemberitaan pada media *online* dan komentar-komentar pada media sosial. Berangkat dari hal tersebut, penulis menuliskan Laporan Akhir yang berjudul “Monitoring Media *Online* dan Media Sosial pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor” untuk mengetahui bagaimana kegiatan monitoring media yang dilakukan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor.

Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana kegiatan monitoring media *online* dan media sosial pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor?
- 2) Apa manfaat dari monitoring media *online* dan media sosial bagi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor?
- 3) Apa saja hambatan yang dialami dan solusi yang dapat diterapkan Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dalam monitoring media *online* dan media sosial?

Tujuan

Beberapa tujuan dari rumusan masalah yang dibahas dalam Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Menjelaskan kegiatan monitoring media *online* dan media sosial yang dilakukan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor.
- 2) Mengetahui manfaat dari monitoring media *online* dan media sosial bagi Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor.
- 3) Menjelaskan hambatan yang dialami dan solusi yang dapat diterapkan oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor dalam pelaksanaan monitoring media *online* dan media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University