BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengelolaan citra pada Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat merupakan upaya membangun persepsi positif masyarakat melalui kualitas pelayanan, komunikasi yang efektif, dan keterbukaan informasi. Citra menjadi aspek penting karena berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu instansi. Dalam proses pembentukannya, instansi juga menghadapi berbagai permasalahan citra, seperti ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan, penyampaian informasi yang kurang transparan, keterlambatan dalam merespons keluhan, serta ketidaksesuaian antara harapan publik dan kinerja yang ditampilkan. Permasalahan tersebut dapat memunculkan penilaian negatif yang berdampak pada menurunnya kepercayaan masyarakat. Pengelolaan citra diperlukan untuk menjaga persepsi publik agar tetap positif melalui komunikasi yang terbuka, konsisten, dan sesuai dengan kondisi serta kinerja nyata instansi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Perkembangan teknologi digital turut mendorong instansi untuk beradaptasi dalam menyampaikan informasi kepada publik secara lebih cepat dan luas. Media sosial menjadi sarana strategis untuk membangun dan mengelola citra melalui penyampaian informasi yang terbuka, interaktif, dan mudah diakses. Penggunaan media sosial juga menghadirkan tantangan tersendiri, seperti penyebaran informasi yang keliru, kritik masyarakat yang dapat berkembang dengan cepat, serta komentar negatif yang berpotensi memengaruhi

persepsi publik terhadap instansi. Perubahan pola komunikasi dari yang sebelumnya cenderung satu arah menjadi lebih partisipatif menuntut instansi untuk mampu merespons kebutuhan masyarakat secara tepat dan bertanggung jawab. Pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk menghadapi permasalahan citra, membangun hubungan dengan masyarakat, serta menjaga kepercayaan publik di era digital.

Data pra-penulisan yang diperoleh dari Laporan Digital Indonesia resmi pada tahun 2025, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada tahun 2025 mencapai 143 juta identitas pengguna atau sebesar 50,2% dari total populasi, yang menegaskan tingginya penetrasi media sosial di masyarakat. Platform Instagram sebagai media berbasis konten visual tercatat memiliki 103 juta pengguna di Indonesia dengan jangkauan iklan mencapai 36,3% dari total populasi dan 48,7% dari pengguna internet. Kondisi tersebut mendorong instansi pemerintah untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial, khususnya *Instagram*, sebagai sarana komunikasi publik dalam menyampaikan informasi secara efektif dan transparan. Pemanfaatan media sosial yang semakin luas ini menunjukkan bahwa pemerintah dapat menjadikannya sebagai alat utama dalam membangun interaksi dengan masyarakat sekaligus mengelola citra instansi di era digital. (Hasil data pra-penulisan diperoleh dari website resmi We Are Social Indonesia pada tanggal 30 Maret 2026).

Berkembangnya komunikasi di era digital membuat praktisi P*ublic Relations* (PR) dituntut untuk memanfaatkan media yang baru dan mampu menyesuaikan untuk membangun hubungan dan berkomunikasi dengan publik secara sederhana, langsung, dan efisien. Praktisi PR kini dapat membuka kesempatan baru untuk menganalisis opini yang beredar di publik, penyampaian pesan kepada publik, serta menghimpun berbagai macam informasi yang ada keterkaitannya dengan instansi yang dikelola, yakni dengan memanfaatkan media baru (*new media*).

Data pra-penulisan lainnya diperoleh dari akun *Instagram* @dishubjabar milik Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang memiliki 50,2 ribu pengikut dan 8.457 unggahan. Konten yang disajikan berisi informasi terkait program dan kegiatan instansi. Pengamatan menunjukkan tingkat aktivitas akun cukup tinggi, terlihat dari banyaknya masyarakat yang menyampaikan aduan, pertanyaan, dan keluhan melalui kolom komentar. (Hasil data pra-penulisan diperoleh dari akun *Instagram* resmi @dishubjabar pada tanggal 10 oktober 2025).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kondisi ini menunjukkan fungsi *Instagram* sebagai sarana komunikasi yang praktis bagi masyarakat, bahkan menyerupai layanan *hotline* dalam menyampaikan aspirasi. Admin akun memberikan respons terhadap sebagian komentar sebagai bentuk interaksi dengan audiens. Tingginya partisipasi masyarakat turut memengaruhi citra instansi karena publik dapat melihat responsivitas pengelola akun. Penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut pengelolaan media sosial *Instagram* @dishubjabar sebagai media informasi sekaligus sarana interaksi dengan masyarakat.

Tantangan yang dihadapi instansi dalam mengelola citra secara keseluruhan ialah menjaga konsistensi informasi dan respons terhadap opini publik. Tantangan lainnya mencakup penyebaran informasi negatif, hoaks, serta rendahnya kepercayaan sebagian masyarakat terhadap kinerja instansi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan citra tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan instansi dalam merespons isu secara cepat, transparan, dan tepat guna mempertahankan kepercayaan publik. Tuntutan terhadap transparansi dan kecepatan respons semakin meningkat seiring dengan perkembangan media sosial yang memungkinkan masyarakat menyampaikan kritik dan opini secara langsung. Situasi tersebut menempatkan instansi pada posisi yang harus mampu mengelola komunikasi secara terbuka dan konsisten agar informasi yang disampaikan tetap terarah.

Pengelolaan citra dalam kondisi ini juga berkaitan dengan kemampuan instansi dalam mengantisipasi isu yang berkembang serta menjaga hubungan komunikasi dengan publik secara berkelanjutan. *Instagram* sebagai media berbasis visual memiliki peran dalam membangun citra instansi melalui penyajian konten yang menarik dan mudah dipahami oleh publik. Penggunaan konten visual, *caption* yang informatif, serta interaksi dengan audiens menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh instansi pemerintah di media sosial. Pemanfaatan ketiga elemen tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan instansi tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada cara penyajian pesan dan keterlibatan audiens dalam membentuk citra instansi.

Data pra-penulisan yang diperoleh dari NapoleonCat (*website* analitik media sosial) pada tahun 2025, menunjukkan bahwa pengguna *Instagram* di Indonesia pada tahun 2025 memiliki pengguna aktif berkisar antara 90 hingga 99 juta pada periode Januari hingga Oktober 2025. Jumlah tersebut menunjukkan tingginya penggunaan *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat, dan terbukti Indonesia menjadi negara dengan peringkat ke-4 dengan pengguna media sosial *Instagram* terbanyak di dunia. Kondisi ini berkaitan dengan pemanfaatan *Instagram* oleh instansi pemerintah sebagai sarana komunikasi publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan *Instagram* dalam konteks ini juga menunjukkan adanya peran media sosial dalam mendukung pengelolaan citra instansi pemerintah melalui penyampaian konten yang terstruktur dan interaktif sesuai dengan karakteristik audiens digital. (Hasil data pra-penulisan diperoleh dari website resmi Kepios pada tanggal 30 Maret 2026).

Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang memiliki peran dalam mengelola urusan transportasi di wilayah Jawa Barat. Instansi ini terbentuk dari hasil penggabungan dua lembaga, yaitu Kantor Wilayah X Departemen Perhubungan Provinsi Jawa Barat dan Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (DLLAJ) Provinsi Jawa Barat, yang kemudian disatukan seiring diberlakukannya otonomi daerah melalui Undang-Undang No. 22 Tahun 1999. Pembentukan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat selanjutnya ditetapkan melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat No. 15 Tahun 2000 dan mengalami penyempurnaan struktur melalui Perda No. 5 Tahun 2002.

Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat dalam konteks penulisan ini menjadi objek yang relevan karena memiliki peran dalam menyampaikan informasi pelayanan publik serta kebijakan transportasi kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menjadi bagian dari upaya instansi dalam membangun komunikasi dengan publik dan mengelola citra melalui penyampaian informasi yang terstruktur dan interaktif.

Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat menyajikan berbagai jenis konten di media sosial terutama *Instagram* seperti informasi lalu lintas , kebijakan transportasi, edukasi, serta himbauan kepada masyarakat. Penyajian konten tersebut berkaitan dengan upaya instansi dalam membentuk citra melalui penyampaian informasi yang terarah dan sesuai dengan kebutuhan publik. Penulis melihat bahwa aktivitas pengelolaan konten yang ada pada instansi tersebut menunjukkan adanya strategi komunikasi yang dilakukan oleh instansi dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Pengelolaan akun media sosial *Instagram* terlihat dari unggahan pada *feeds* yang mencakup pembuatan *reels* edukasi dan hiburan seputar lalu lintas, infografis mengenai kebijakan, serta update kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Aktivitas lainnya meliputi pemberian respons terhadap komentar masyarakat terkait keluhan, aduan, dan pertanyaan sebagai bentuk pelayanan informasi. Informasi terkini seperti kondisi lalu lintas juga disampaikan secara berkala untuk memenuhi kebutuhan publik. Fitur *Instagram Story* dimanfaatkan untuk kegiatan tanya jawab (*QnA*) serta kuis edukasi yang berkaitan dengan aturan lalu lintas dan perhubungan. Kegiatan *live Instagram* juga dilakukan

untuk memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat, khususnya terkait kondisi jalan dan isu transportasi, sehingga menunjukkan adanya upaya interaktif dalam membangun komunikasi dan citra positif instansi.

Aktivitas konten, konsistensi unggahan, serta interaksi dengan *followers* pada media sosial menunjukkan adanya upaya instansi dalam mengelola citra melalui komunikasi digital. Pola penyampaian konten dan keterlibatan audiens menggambarkan penerapan strategi komunikasi yang terarah dalam menyampaikan pesan kepada publik. Pengelolaan interaksi dan kontinuitas unggahan mencerminkan pendekatan komunikasi yang digunakan untuk menjaga hubungan dengan audiens serta membentuk citra instansi di media sosial.

Instansi pemerintah lainnya belum seluruhnya mampu mengelola citra secara optimal melalui media sosial dalam menyampaikan informasi kepada publik. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya kajian mengenai bagaimana strategi pengelolaan citra dilakukan secara konkret oleh instansi pemerintah dalam praktik komunikasi digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penulis memiliki ketertarikan dalam menjadikan instansi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat sebagai objek penulisan karena aktivitas komunikasinya yang aktif di media sosial. Aktivitas tersebut terlihat dari konsistensi unggahan konten serta interaksi yang terjalin dengan publik melalui akun *Instagram*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pengelolaan komunikasi digital yang dilakukan oleh instansi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Penulis juga memiliki ketertarikan terhadap tema pengelolaan media sosial

Instagram dalam membangun citra instansi pemerintah Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Ketertarikan tersebut didasarkan pada keterkaitan antara aktivitas media sosial dengan pembentukan citra di mata publik. Keterkaitan tersebut memberikan gambaran mengenai penerapan strategi komunikasi yang dapat diteliti lebih lanjut, khususnya terkait bagaimana instansi mengelola media sosial dalam membentuk citra.

Penelitian ini memiliki peran penting dalam memberikan pemahaman mengenai strategi pengelolaan citra instansi pemerintah di era digital. Kajian ini berfokus pada bagaimana instansi merancang dan mengelola komunikasi melalui media sosial dalam menghadapi dinamika informasi yang berkembang di masyarakat. Hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktik pengelolaan citra yang dilakukan oleh instansi pemerintah serta menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih terarah terkait.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan citra instansi pemerintah dilakukan melalui media sosial, khususnya Instagram. Penulisan ini juga berfokus pada identifikasi bentuk pengelolaan konten dan interaksi yang dilakukan oleh instansi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Tujuan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan citra berkaitan dengan proses komunikasi yang dilakukan secara terencana melalui media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap instansi.

Penelitian ini menggunakan model RACE yang dikemukakan oleh John Marston yang dikutip dari Buku sebagai kerangka dalam menganalisis pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh instansi. Model RACE yang terdiri dari *Research,*

Action, Communication, dan *Evaluation* digunakan untuk melihat tahapan dalam proses pengelolaan citra melalui media sosial. Model RACE dipopulerkan oleh John E. Marston pada bukunya *The Nature of Public Relations* 1963. Kemudian model RACE ini kembali diangkat oleh John E. Marston pada bukunya yang berjudul *Modern Public Relations* (1979). Dimana dalam buku tersebut, terdapat bab yang juga membahas *The Nature of Public Relations.* Penggunaan model ini menunjukkan bahwa analisis penulisan berfokus pada tahapan strategi komunikasi dalam pengelolaan media sosial *Instagram* untuk membangun citra instansi pemerintah.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penulisan di atas, maka penulisan ini dibatasi, sehingga fokus penulisan ini adalah "Bagaimana Pengelolaan Citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui Akun *Instagram @dishubjabar*?". Untuk membahas fokus penulisan lebih dalam, maka penulis mengajukan pertanyaan penulisan sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1) Bagaimana tahapan *research problem* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram @dishubjabar*?
2) Bagaimana tahapan *action* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram @dishubjabar*?
3) Bagaimana tahapan *communication* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram @dishubjabar*?
4) Bagaimana tahapan *evaluation* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram @dishubjabar*?

1.3 Tujuan Penelitian

1) Mengetahui tahapan *research problem* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram* @dishubjabar
2) Mengetahui tahapan *action* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram* @dishubjabar
3) Mengetahui tahapan *communication* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram* @dishubjabar
4) Mengetahui tahapan *evaluation* pada pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui akun *Instagram* @dishubjabar

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, besar harapannya hasil penelitian ini mampu memberikan distribusi secara keilmuan terkait perkembangan ilmu kehumasan atau *public relations* terkhusus pada bidang kajian pengelolaan citra. Selain itu, penulisan ini juga diharapkan mampu memberi kemudahan bagi pihak terkait yaitu sebagai tambahan kerangka acuan atau sumber rujukan dalam melakukan penulisan serupa ataupun sebagai studi pembanding bagi penulis yang akan meneliti hal yang sama.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan bagi praktisi ataupun akademisi pada bidang kehumasan terutama dalam hal pengelolaan citra, sehingga dapat dijadikan rujukan untuk kegiatan selanjutnya oleh instansi terkait.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis bukan hanya terkait teori-teori yang digunakan dalam sebuah penelitian, melainkan landasan teoritis bisa dimaknai secara sederhana sebagai seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang terstruktur secara metodis yang dianggap sebagai landasan teoritis dalam sebuah penulisan. Menurut Sugiyono (2017), landasan teoritis adalah kumpulan teori, konsep, dan prinsip yang relevan dengan permasalahan penelitian yang berfungsi sebagai dasar dalam menyusun kerangka berpikir. Penulisan ini menggunakan teori, model, dan konsep sebagai pijakan ilmiah yang membantu dalam menganalisis pengelolaan citra Dinas Perhubungan Jawa Barat secara sistematis dan terarah. *Public relations* pada instansi pemerintahan menggunakan media sosial sebagai strategi dalam pengelolaan citra lembaga. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dua arah untuk menyampaikan informasi program, kebijakan, serta kegiatan instansi kepada masyarakat sekaligus menampung aspirasi publik.

Pengelolaan citra melalui media sosial merupakan bagian dari tanggung jawab *public relations* dalam menjaga hubungan antara instansi dengan publik. Tanggung jawab tersebut menuntut adanya strategi yang terencana dan sistematis agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan efektif. Model RACE digunakan sebagai pendekatan analisis karena mampu membantu *public relations* dalam mengelola komunikasi secara terarah mulai dari tahap analisis hingga evaluasi. Penggunaan model ini menunjukkan bahwa pengelolaan citra dilakukan melalui

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

proses yang terstruktur dan berkelanjutan.

Model RACE merupakan model yang diperkenalkan oleh John Marston (1979: 186-193) yang terdiri dari empat tahapan utama, yakni sebagai berikut :

1.5.1.1 Research

Merupakan tahap awal dalam model RACE yang dapat berfungsi untuk mengumpulkan fakta, memahami situasi, serta mengetahui kebutuhan, masalah, dan opini publik sebelum organisasi menentukan strategi komunikasi. Menurut Marston (1979:186), *research* diasumsikan untuk data yang diperoleh harus akurat dari permasalahan yang ada agar program yang dirancang dapat sesuai dengan kondisi nyata dan kebutuhan sasaran publik. Tahap pengumpulan data ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan serta kebutuhan publik.

Dishub Jabar mengimplementasikan tahap *research* melalui pemantauan komentar pada *Instagram*, *direct message* (DM), dan *hotline*. Dishub Jabar menggunakan interaksi tersebut untuk mengetahui adanya keluhan publik, kebutuhan informasi mengenai rekayasa lalu lintas, jadwal transportasi umum, serta kondisi pelayanan transportasi di Jawa Barat.

1.5.1.2 Action

Merupakan tahap perencanaan strategi komunikasi yang disusun berdasarkan hasil penulisan yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut Marston (1997:189), tahap *action* menekankan pada penyusunan program dan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data serta fakta yang telah dikumpulkan, sehingga strategi yang dirancang dapat berjalan secara efektif dan terarah. Tahap *action* menunjukkan bahwa perencanaan strategi harus selaras dengan hasil *research* agar

program yang dibuat tidak hanya terstruktur, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan dan permasalahan publik secara tepat dan cermat.

Dishub Jabar mengimplementasikan tahap *action* dengan melakukan perencanaan strategi komunikasi melalui penyusunan jadwal *posting* di jam tertentu yang disesuaikan dengan pola aktivitas audiens. Dishub Jabar menentukan waktu publikasi berdasarkan tema konten yang akan *di-posting*, seperti informasi lalu lintas, edukasi keselamatan, maupun *update* kegiatan. Dishub Jabar menyesuaikan waktu dan tema konten agar pesan yang disampaikan lebih relevan dan tepat sasaran. Dishub Jabar menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga pada pengaturan waktu publikasi secara strategis agar komunikasi menjadi lebih efektif.

1.5.1.3 Communication

Merupakan tahap pelaksanaan kegiatan serta penyampaian pesan kepada publik melalui media yang digunakan, termasuk media sosial. Menurut Marston (1997:192), tahap *communication* menekankan pada proses penyampaian pesan yang telah dirancang agar dapat diterima dan dipahami oleh publik secara efektif. Tahap *communication* menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi sangat ditentukan oleh bagaimana pesan disampaikan melalui media yang tepat serta dikemas secara menarik dan informatif.

Dishub Jabar mengimplementasikan tahap *communication* dengan melakukan penyampaian informasi melalui berbagai fitur media sosial *Instagram*. Dishub Jabar melakukan *live report* untuk memberikan informasi arus lalu lintas secara *real-time* kepada masyarakat. Dishub Jabar memanfaatkan *post feeds*, *insta*

story, dan reels yang berisi liputan kondisi lalu lintas serta situasi di lapangan. Dishub Jabar menyajikan konten tersebut secara aktual dan informatif agar masyarakat dapat memperoleh informasi transportasi dengan cepat dan mudah diakses.

1.5.1.4 Evaluation

Merupakan tahap akhir terhadap kegiatan yang telah dilakukan untuk mengetahui keberhasilan serta perbaikan yang diperlukan. Menurut Marston (1997:193), tahap *evaluation* menekankan pada proses hasil program serta peninjauan kembali strategi yang telah dijalankan untuk mengetahui strategi yang dilakukan. Tahap *evaluation* menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi perlu dianalisis secara berkelanjutan agar organisasi dapat melakukan perbaikan serta kualitas program yang dijalankan dapat dioptimalkan di perencanaan yang akan datang.

Dishub Jabar mengimplementasikan tahap *evaluation* dengan melakukan salah satu tahap akhir yakni respons publik melalui komentar di *Instagram*. Dishub Jabar memanfaatkan komentar tersebut untuk mengetahui tanggapan, kritik, serta saran dari masyarakat terhadap informasi yang telah disampaikan. Dishub Jabar menggunakan hasil evaluasi tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki konten dan strategi komunikasi selanjutnya agar lebih sesuai dengan kebutuhan publik.

Model RACE memiliki keunggulan dalam memberikan kerangka kerja yang sistematis dan terarah bagi *public relations* dalam pengelolaan citra. Setiap tahapan saling berkaitan sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi

permasalahan, menyusun strategi, melaksanakan komunikasi, serta melakukan evaluasi secara berkelanjutan. Penerapan model ini dapat membantu dalam pengelolaan media sosial instansi pemerintahan dishub jabar terkhususnya mengenai citra positif yang terlihat dari strategi komunikasi yang dilakukan.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Pengelolaan Citra

Pengolahan menjadi sebuah rangkaian kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok di mana kegiatan tersebut dimaksudkan untuk menggali atau memanfaatkan segala potensi yang ada untuk mencapai tujuan. Pengelolaan identik dengan langkah yang sistematis karena itu dalam pengelolaan biasanya terdapat beberapa langkah ah yang harus dilalui sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan atau disepakati sebelumnya.

Pengelolaan yang baik memberikan hasil yang baik. Pengelolaan memberikan gambaran mengenai sejauh mana keberhasilan dalam mencapai tujuan. Pengelolaan menjadi sebuah hal yang perlu diperhatikan terutama bagi mereka yang memiliki tujuan yang berdampak besar. Pengelolaan menjadi sebuah rangkaian kegiatan mulai dari pemikiran terkait konsep sampai pada pemeliharaan menjadi salah satu kegiatan dari pengelolaan. Pengelolaan sendiri di beberapa perusahaan terbagi menjadi beberapa bagian menyesuaikan dengan kebutuhan. Bahkan untuk sebuah barang kecil pun perlu adanya pengelolaan sebagai bentuk pemeliharaan.

Citra menjadi hal penting karena mampu mengubah hasil dari tujuan sebuah perusahaan maupun lembaga sebelumnya. Morissan (2010:112) menjelaskan citra

terbentuk melalui proses yang panjang dan terencana. Citra perlu dikelola dan dipelihara karena citra sangat mudah berubah sesuai dengan arus informasi yang beredar di masyarakat yang menjadi publik sebuah perusahaan maupun lembaga.

Adapun terkait citra, citra itu sendiri kaitannya dengan identitas maupun sudut pandang publik eksternal terhadap publik internal baik yang bernilai positif maupun negatif. Citra terbentuk atas kesan yang diperoleh publik mengenai fakta maupun keadaan suatu lembaga atau perusahaan. Pengetahuan inilah yang kemudian mengkonstruksikan gambaran terkait bagaimana publik memandang perusahaan.

Citra hadir secara proses tidak bisa langsung berdiri, Ardianto (2014:16) mengemukakan bahwa ada beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk membentuk sebuah citra seperti membentuk persepsi segmen sasaran, pemeliharaan persepsi, mengubah persepsi segmen sasaran yang kurang baik, dan menjadikan persepsi negatif sebagai bentuk evaluasi terkait citra yang dimiliki oleh lembaga maupun perusahaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Berkaitan dengan citra meskipun pada prosesnya tidak bisa secara instan namun citra bisa lainnya dalam suatu waktu. Hal inilah yang membuat citra perlu dikelola. Citra menjadi hal yang penting bagi perusahaan karena citra menentukan kredibilitas perusahaan di mata publik nya. Pengelolaan citra bisa dilakukan mulai dari analisis situasi sampai dengan evaluasi. Terkait praktik dalam pengerjaannya tentu ada perbedaan antara satu lembaga dengan lembaga lain.

1.6.2 Media Sosial *Instagram*

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki peran penting

dalam penyebaran informasi di era digital. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dalam bentuk foto, video, *reels*, hingga fitur interaktif seperti *story* dan *live* yang mendukung komunikasi dua arah. Kemudahan akses serta tingginya jumlah pengguna menjadikan *Instagram* sebagai sarana yang efektif dalam membangun komunikasi dengan publik. *Instagram* tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi dan edukasi yang mampu membentuk persepsi serta opini masyarakat terhadap suatu individu maupun instansi.

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat luas sebagai alat untuk menyampaikan pesan, mengekspresikan diri, serta melakukan komunikasi dan interaksi secara virtual. Atmoko (2012:4) dalam bukunya *Instagram Handbook* menjelaskan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengeditnya dengan berbagai filter digital, serta membagikannya ke berbagai platform media sosial lainnya termasuk Instagram itu sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Perkembangan teknologi komunikasi digital mendorong penggunaan Instagram tidak hanya oleh individu, tetapi juga oleh organisasi dan instansi pemerintahan. Popularitas Instagram yang tinggi serta kemampuannya dalam menyajikan konten visual menjadikan platform ini efektif sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik. Banyak instansi pemerintahan memanfaatkan Instagram untuk mempublikasikan kebijakan, program kerja, serta berbagai kegiatan institusi agar dapat diketahui oleh masyarakat secara luas. Pemanfaatan Instagram tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi

bagian penting dalam strategi komunikasi lembaga pemerintahan.

Instagram juga memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif sebuah instansi. Fitur seperti *feeds, stories*, *reels*, *live*, serta kolom komentar memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara instansi dengan masyarakat. Hasil penulisan mengenai *digital public relations* menunjukkan bahwa penggunaan konten visual dan fitur interaktif pada media sosial dapat meningkatkan keterlibatan (*engagement*) publik. Tingkat keterlibatan yang tinggi dari masyarakat dapat membantu memperkuat citra lembaga karena informasi yang disampaikan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami.

Aktivasi *Instagram* pada instansi pemerintahan dilakukan melalui pengelolaan konten yang terencana, seperti publikasi kegiatan, penyampaian informasi layanan publik, serta konten edukasi bagi masyarakat. Penggunaan Instagram sering dianggap lebih unggul dibandingkan beberapa platform media sosial lainnya karena tampilan visualnya menarik dan mampu menjangkau audiens secara luas. Pemanfaatan platform tersebut membantu instansi dalam membangun komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat serta meningkatkan transparansi informasi kepada publik.

1.6.3 Humas Pemerintah

Humas pemerintah merupakan bagian dari organisasi pemerintahan yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat serta membangun hubungan yang baik antara instansi dengan publiknya. Menurut Grunig dan Hunt (1984) menjelaskan *public relations* merupakan fungsi manajemen komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling

menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pemerintahan, humas berperan dalam mengelola informasi, menyampaikan kebijakan, serta menjaga citra positif lembaga di mata masyarakat. Pada instansi seperti Dinas Perhubungan, peran humas sangat penting karena berkaitan dengan pelayanan publik yang langsung bersentuhan dengan kebutuhan masyarakat dalam bidang transportasi.

Tugas pokok dan fungsi (tupoksi) humas pemerintah mencakup kegiatan pengelolaan komunikasi publik, penyebaran informasi kebijakan, dokumentasi kegiatan instansi, serta membangun hubungan yang baik dengan media massa dan masyarakat. Aktivitas tersebut bertujuan untuk menciptakan pemahaman publik terhadap program dan kebijakan yang dijalankan oleh instansi. Pengelolaan komunikasi yang baik akan membantu membentuk citra positif lembaga karena masyarakat dapat memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan transparan mengenai kegiatan maupun layanan yang diberikan oleh instansi pemerintah.

Pengelolaan citra instansi pemerintah saat ini tidak hanya dilakukan melalui media konvensional, tetapi juga melalui media sosial. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah *Instagram*. Media sosial memberikan kemudahan bagi humas pemerintah dalam menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif kepada masyarakat. Konten yang disajikan melalui Instagram dapat berupa dokumentasi kegiatan, informasi layanan publik, edukasi kepada masyarakat, serta publikasi program kerja instansi.

Pemanfaatan *Instagram* dalam kegiatan humas memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara instansi dan masyarakat melalui fitur komentar, pesan

langsung, maupun berbagai bentuk interaksi lainnya. Penggunaan konten visual seperti foto, video, *stories*, dan *reels* membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh publik. Aktivasi media sosial tersebut dapat membantu meningkatkan keterlibatan masyarakat serta memperkuat citra positif instansi pemerintah di mata publik. Pengelolaan *Instagram* yang dilakukan secara konsisten dan terencana dapat menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung kinerja humas pemerintah dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jalan Sukabumi No.1, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271. Lokasi tersebut dipilih karena sesuai dengan fokus penulisan yang akan dilakukan penulis untuk mengetahui pengelolaan citra melalui media sosial *Instagram* @dishubjabar yang dilakukan oleh Humas Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan paradigma konstruktivistik. Menurut Hidayat (2010), paradigma konstruktivistik ini merupakan paradigma kontratesis dari objektivitas dan pengamatan dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivistik memandang realitas sosial sebagai hasil analisis sistematis terhadap tindakan dan pemaknaan para pelaku sosial, di mana realitas tersebut terbentuk secara alami melalui proses konstruksi yang

dilakukan individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa.

Penulis menggunakan paradigma konstruktivistik karena fokus penulisan ini terletak pada pemaknaan yang dibangun oleh informan, yaitu pihak internal Dinas Perhubungan Jawa Barat yang terlibat langsung dalam pengelolaan akun *Instagram* @dishubjabar. Penulisan ini melihat bahwa aktivitas pengelolaan konten, pemberian respons terhadap komentar, serta strategi komunikasi yang dilakukan menunjukkan bahwa citra instansi tidak hanya dibentuk secara teknis, tetapi juga melalui cara pandang, pengalaman, dan interpretasi para pengelola media sosial tersebut. Informan dalam penulisan ini memiliki konstruksi pemahaman yang berbeda terkait bagaimana citra instansi dibangun dan dikelola di media sosial. Penulis memandang bahwa paradigma konstruktivistik relevan digunakan untuk menggali makna subjektif dari para informan tersebut. Pendekatan ini memungkinkan penulis memahami realitas pengelolaan citra berdasarkan perspektif internal yang terlibat langsung dalam proses pengelolaan media sosial instansi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan pengalaman individu dalam menghadapi fenomena yang terjadi di masyarakat. Menurut Sugiyono (2016: 9), kualitatif merupakan pendekatan penulisan yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana penulis adalah sebagai instrumen kunci. Pendekatan kualitatif mengkaji dari perspektif masyarakat dengan menggunakan strategi yang interaktif dan komunikatif. Penulis sebagai pengumpul data untuk bahan penulisan melakukan observasi dan mewawancara lembaga terkait agar terkumpulnya data untuk diteliti.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ini merupakan penulisan yang menggunakan observasi, wawancara, angket mengenai keadaan saat ini yang berbentuk penjabaran pada fakta yang ada sehingga bentuknya berupa laporan., Metode deskriptif kualitatif merupakan pendekatan penulisan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui uraian naratif. Metode ini menekankan pada pemahaman terhadap konteks yang terjadi, makna subjektif dari partisipan Moleong (2018).

Metode deskriptif kualitatif ini memperlihatkan lebih lanjut mengenai fenomena suatu peristiwa atau kegiatan yang terjadi. Fenomena yang ingin dijabarkan dalam penulisan ini berkenaan pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui *Instagram* @dishubjabar yang dijelaskan dalam bentuk ungkapan kalimat serta uraian-uraian.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Data yang disajikan dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan kata-kata atau penjabaran yang memiliki peran penting untuk memahami fenomena secara mendalam. Data kualitatif merupakan data deskriptif yang berbentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, yang digunakan untuk memahami makna di balik suatu fenomena sosial. Berdasarkan pandangan tersebut, penggunaan data kualitatif dalam penulisan ini dinilai tepat karena mampu menggambarkan secara rinci bagaimana pengelolaan citra Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat melalui

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Instagram @dishubjabar kepada masyarakat. Data yang diperoleh dari jawaban atas pertanyaan penulisan kemudian dianalisis untuk melihat pola komunikasi, serta strategi yang dilakukan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait proses pembentukan citra instansi di media sosial Moleong (2017).

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan elemen penting yang berkaitan langsung dengan proses pengumpulan informasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa sumber data dalam penelitian kualitatif diperoleh dari subjek yang memahami dan terlibat langsung dengan fenomena yang diteliti, salah satunya melalui wawancara dengan informan sebagai sumber data utama. penulisan ini memfokuskan pengambilan data melalui wawancara kepada informan yang relevan agar memperoleh informasi yang mendalam dan sesuai dengan kebutuhan penulisan. Data yang diperoleh dapat diklasifikasikan secara sistematis sesuai dengan fokus penulisan, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas terkait permasalahan yang diteliti.

1) Sumber Data Primer,yakni data yang didapatkan dari sumber paling utama, pegawai bidang Humas Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat yang mengelola *Instagram* melalui wawancara dan pengamatan.
2) Sumber Data Sekunder, yakni data yang didapatkan melalui sumber kedua seperti artikel, dokumen dan sosial media. Sebagai penunjang lengkapnya informasi pada penulisan ini sumber data sekunder diperoleh dari media sosial *Instagram* @dishubjabar.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini memiliki peran yang sangat penting karena menjadi sumber utama dalam memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian. Informan dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan permasalahan yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam dan relevan. Menurut Sugiyono (2018), menjelaskan bahwa informan merupakan pihak yang memberikan data dan informasi yang dibutuhkan penulis untuk memahami fenomena secara komprehensif. Informan menjadi kunci dalam proses pengumpulan data, karena melalui informan penulis dapat menggali informasi yang akurat, aktual, dan sesuai dengan tema penulisan. Informan yang sesuai dengan penulisan kali ini adalah :

1) Informan pertama, Penata Layanan Operasional humas Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.
2) Informan kedua, Pranata Humas Terampil Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.
3) Informan ketiga, Pranata Humas Terampil Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses penting dalam penelitian yang berkaitan dengan pencatatan peristiwa atau pengambilan keterangan yang relevan dengan objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa pengumpulan data adalah langkah strategis dalam penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan melalui berbagai teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaknai sebagai upaya

sistematis penulis dalam memperoleh informasi dari objek penelitian secara langsung. Penulis menggunakan teknik observasi untuk melihat kondisi nyata di lapangan, wawancara untuk menggali informasi secara mendalam dari informan, serta dokumentasi sebagai data pendukung, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain:

1.7.6.1 Observasi

Observasi digolongkan pada metode pengumpulan data yang bertujuan untuk memberikan simpulan pada peristiwa yang terjadi dan mengandalkan indra manusia. Dengan mengamati subjek penulisan beserta lingkungannya dan melakukan dokumentasi atas kegiatan yang dilakukan oleh penulis. Penulis melakukan observasi pada media sosial *Instagram* @dishubjabar untuk mendapatkan data yang sesuai dan jelas, setelah itu menganalisa bagaimana pengelolaan citra Dishub Jabar yang dilakukan.

1.7.6.2 Wawancara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Wawancara yakni kegiatan tanya jawab antara komunikator dengan komunikan atau penulis dengan seorang informan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Penulis melakukan metode wawancara yang memungkinkan pertanyaan yang diajukan kepada informan berlangsung dengan santai serta arah pertanyaan yang lebih terbuka dan menyesuaikan dengan kondisi yang ada pada saat proses wawancara berlangsung dan tidak terpatok pada list pertanyaan yang sudah di rancang. Dalam pengumpulan data, penulis melakukan wawancara dengan Penata Layanan Operasional Humas dan Pranata Humas

Terampil Dishub Jabar dan orang yang dianggap memahami mengenai pengelolaan citra di media sosial.

1.7.6.3 Dokumentasi

Dokumnetasi merupakan pengumpulan data berupa catatan peristiwa yang dapat berbentuk tulisan, gambar, transkrip data, majalah, notulen, agenda atau pendukung lainnya yang dapat dilihat secara langsung dengan sumber data baik muka maupun melalui media elektronik. Pengumpulan data melalui dokumentasi ini dilakukan oleh penulis saat melakukan observasi dan wawancara terhadap objek penulisan yaitu Dinas Perbuhungan Provinsi Jawa Barat, selain itu penulis mengumpulkan dokumentasi berupa gambar, peristiwa, dan lainnya mengenai hal yang dapat mendukung penulisan.

1.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahap akhir dalam penulisan yang mengolah data kualitatif dengan cara mengelompokkan ke dalam kategori, pola, dan uraian sehingga dapat disederhanakan dan ditarik menjadi kesimpulan. Dalam penulisan kualitatif, analisis ini menggunakan logika seperti deduksi, induksi, dan komparasi. Menurut Miles dan Huberman (1994), teknik analisis data terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan pendapat tersebut, penulis memaknai bahwa analisis data adalah proses sistematis untuk menyederhanakan data sehingga menghasilkan temuan yang jelas dan bermakna.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.8.1 Mereduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, menyederhanakan data dan memfilter data yang tidak sesuai dengan penulisan. Mereduksi data ini berarti menggolongkan dan membuang data yang tidak perlu untuk penulisan. Penyederhanaan dan memfilter ketika mereduksi data dalam penulisan kualitatif dilakukan dengan berbagai cara dengan meyeleksi data dengan ketat dan teliti serta meringkas data.

Melalui observasi dan wawancara penulis mengumpulkan informasi dan data yang didapatkan dari informan. Tahap reduksi data menjadi tahap awal yang penulis dapat dari objek penulisan yaitu Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan kemudian direduksi karena tidak semua informasi ada relevansinya dengan data yang dibutuhkan.

1.8.2 Menyajikan Data

Penyajian data adalah kumpulan data yang disusun dengan mudah dan secara sistematis agar dipahami untuk melihat gambaran hasil keseluruhan penulisan untuk mengahasilkan kesimpulan. Penulis mengenai pengelolaan citra Dishub Jabar melalui *Instagram* @dishubjabar melakukan penyederhanaan data dengan menggunakan narasi, grafik dan tabel agar dapat mempermudah saat penarikan kesimpulan.

1.8.3 Menarik Kesimpulan

Tahap akhir pada suatu penulisan adalah menarik kesimpulan, memberi penjelasan dan merangkum secara keseluruhan dari proses dan hasil penulisan yang dilakukan adalah tahap dari penarikan kesimpulan. Melalui hasil wawancara dan

observasi pada @dishubjabar yang telah dianalisa terkait pengelolaan citra pada media sosial maka selanjutnya dilakukanlah penarikan kesimpulan oleh penulis. Penulisan ini akan dijaga keaslian datanya dan akan dimuat dalam bentuk tulisan yang terperinci berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG