

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di era sekarang semakin mengalami kemajuan yang signifikan didalam kehidupan. Kemampuan manusia untuk menciptakan berbagai terobosan baru di bidang teknologi, mampu memberikan hal-hal baru terhadap berbagai aspek kehidupan terutama kecepatan dalam menerima maupun menyampaikan informasi. Dengan demikian, penyajian informasi yang dulu hanya bisa disampaikan secara langsung dan menggunakan media cetak sajaberubah semakin modern dan interaktif pastinya lebih cepat dan efisien.

Pesatnya kemajuan teknologi saat ini seolah-olah membuat kita lebih dekat dengan orang diseluruh dunia tanpa ada batasan. Penyebaran melalui media *online*, akan mempermudah orang untuk mengakses berbagai informasi dari segala penjuru dunia hanya dengan satu gengaman saja dan dalam waktu yang singkat.

Perkembangan teknologi informasi sekarang ini mampu menciptakan perubahan di masyarakat dunia global sehingga masyarakat mempunyai dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*Cybercommunity*). Kehadiran media sosial membawa dampak besar, Hal ini disebabkan selain cepat dan tepat dalam penyebaran informasi juga bisa menghubungkan semua orang. Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan perpaduan baru yang memungkinkan terjadinya berbagai interaksi yang sebelumnya belum tersedia untuk publik (Fitriani, 2017). *Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter* adalah contoh *platform* sosial populer saat ini. berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Hootsuite and We Are Social* per Januari 2021, dari total keseluruhan populasi masyarakat Indonesia sebanyak 181,9 juta pengguna internet berusia 16-64 tahun. *Platform* media online yang teratas dan populer saat ini adalah *Youtube* dengan angka pengguna 170 juta atau sekitar 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna media sosial.

(<https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/youtube-rajai-media-sosial-di-indonesia/> diunduh 15 Januari 2021)

Demi menghadapi tantangan zaman yang semakin canggih dan modern, dengan melihat fenomena penggunaan media sosial yang makin pesat maka, setiap instansi ataupun perusahaan dituntut untuk memiliki fungsi manajemen yang bagus, salah satunya humas (*public relation*) yang bertugas untuk menciptakan dan meningkatkan citra positif kepada khalayak luas dalam membangun interaksi dan komunikasi dengan masyarakat. Hubungan masyarakat di suatu instansi pemerintah maupun non pemerintah dituntut mampu

memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk meraih perhatian dan dukungan khalayak luas, dan tidak lagi bertahan dengan cara-cara komunikasi jaman dulu. Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, Humas pemerintah menggunakan beberapa bentuk media komunikasi berbasis internet seperti situs, blog dan media sosial. Bahkan, sekarang ini media sosial telah menjadi salah satu media yang paling efektif dan banyak digunakan instansi pemerintah untuk penghubung antara internal dan eksternal selain itu juga berfungsi memberikan informasi kepada publik. Hal ini sesuai aturan UU Pasal 2 Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik: “setiap informasi publik harus dapat diperoleh dengan cepat, tepat waktu, biaya ringan dan cara yang sederhana”.

Pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi kegiatan pemerintahan juga sudah diterapkan oleh Humas Kabupaten Klaten. Salah satu media sosial yang digunakan oleh Humas Klaten adalah *Youtube*, dimana *official account @HumasKlaten* berisi video kegiatan bupati mulai dari kegiatan sosial, kesenian, pariwisata yang berkaitan dengan tugasnya sebagai kepala daerah. Humas Klaten pertama kali memanfaatkan media sosial *Youtube* pada 18 Agustus 2017 dan sampai sekarang masih aktif mengunggah kegiatan pemerintah di *channel @HumasKlaten*. Pemanfaatan media sosial khususnya youtube oleh Humas Kabupaten Klaten dapat dikatakan berhasil karena beberapa unggahan di akun youtubanya mampu mencuri perhatian masyarakat untuk melihat unggahan tersebut.

Hal ini ditunjukkan dengan Akun *youtube @HumasKlaten* yang sampai sekarang sudah mengunggah sekitar 146 video dan memiliki 391 *subscriber*. Semua video yang diunggah dari tahun 2017-2021 memiliki jumlah *views* yang berbeda-beda. *Views* terbanyak ada sekitar 12 ribu kali ditonton dengan judul “Kuliner Ala Bupati Klaten Ibu Hj Sri Mulyani”. Selain itu juga, kegiatan sosial Bupati Klaten rata-rata juga memiliki *views* yang banyak. *Channel @HumasKlaten* juga menayangkan siaran langsung pelantikan Bupati dan ternyata mencuri perhatian masyarakat dengan jumlah *viewers* mencapai ribuan.

Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis tentang Pemanfaatan Youtube Sebagai E-PR Untuk Membentuk Citra Bupati Klaten.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Pemanfaatan Youtube oleh Humas Kabupaten Klaten dalam Pencitraan Bupati Klaten di Masyarakat

1.3 Tujuan Penelitian

Menjelaskan Pemanfaatan Youtube oleh Humas Kabupaten Klaten dalam mencitrakan Bupati Klaten di Masyarakat

1.4 Manfaat

Dalam laporan ini diharapkan dapat diperoleh manfaat :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan terkait dengan pemanfaatan media oleh Humas pemerintah. selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sejenis khususnya pemanfaatan Youtube oleh Humas pemerintah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi Humas Kabupaten Klaten terkait Pemanfaatan Youtube Humas Klaten Dalam mencitrakan Bupati Klaten di Masyarakat.