

## Peran *Public Relations* di Kantor Walikota Jakarta Timur Menggunakan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Institusi

Tasya Putri Choirunnisa

Universitas Bina Sarana Informatika

Korespondensi penulis: [tasyaputri.c@gmail.com](mailto:tasyaputri.c@gmail.com)

A.Yuda Triantanto

Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: [a.yuda.ayt@bsi.ac.id](mailto:a.yuda.ayt@bsi.ac.id)

Dhefine Armelsa

Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: [dhefine.dfm@bsi.ac.id](mailto:dhefine.dfm@bsi.ac.id)

**Abstract.** *What is the role of Public Relations in the East Jakarta Mayor's Office Using Instagram Social Media in Building an Institutional Image, the researcher will conduct research using a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques in this research were interviews, observation and documentation studies. The results of this research are that using social media Instagram can build the image of an institution and help the role of public relations in the East Jakarta Mayor's Office.*

**Keywords:** *The Role of Public Relations, Social Media, Image*

**Abstrak.** Bagaimana peran *Public Relations* Di Kantor Walikota Jakarta Timur Menggunakan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Institusi, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah dengan menggunakan media sosial Instagram dapat membangun citra sebuah institusi serta membantu peran *public relations* di Kantor Walikota Jakarta Timur.

**Kata Kunci:** Peran *Public Relations*, Media Sosial, Citra

### LATAR BELAKANG

Pada dasarnya manusia saling terlibat pada komunikasi di kehidupan rutinnnya, dimana saja manusia dapat berkomunikasi. Di lingkungan sosial, di rumah, di pasar dan di tempat kerja ataupun organisasi. Komponen terpenting dari institusi adalah komunikasi. Efisien organisasi tergantung pada seberapa baik komunikasinya, oleh ketua kelompok ataupun anggota kelompok. Komunikasi membawa “*life*” di dalam stuktur institusi untuk memenuhi tugas dan berfungsi dengan sebaik-baiknya. Organisasi harus berinteraksi baik di dalam maupun di luar, untuk keberlanjutan dan pertumbuhan institusi. Seiring berkembangnya bisnis, komunikasi akan sangat penting.

Di dalam sebuah institusi atau organisasi peran seorang humas atau *public relations* sangatlah penting dan dibutuhkan. Keberadaan *public relations* disebuah institusi menjadi jembatan penghubung antara institusi dengan publik masyarakat yang dimana *public relations* berfungsi menyebarluaskan informasi, membuat, menjaga serta membangun hubungan baik agar dapat terbentuknya citra atau *image* bagi sebuah institusi.

Dalam menjalankan tugas dan perannya *public relations* atau humas tidak terlepas dari teknologi komunikasi dan informasi yang semakin berkembang. Perkembangan media sosial juga ikut terus berkembang, khususnya media sosial Instagram yang kini tidak hanya untuk menunggah foto dan video, melainkan dapat dijadikan sumber informasi serta dapat dijadikan tempat membangun citra institusi atau organisasi melalui media sosial Instagram.

Menurut beberapa studi terbaru dalam literatur PR, Amy Reitz (2012) dalam "*Social Media's Function Organization: A functional Analysis Approach*" mengusulkan bahwa ada empat fungsi media sosial yang diterapkan pada hubungan komunikasi antara organisasi dan publiknya seperti, menjaga identitas organisasi, keamanan dalam membangun hubungan, kemampuan untuk membangun hubungan, kemampuan untuk mengontrol masalah manajemen dan memiliki kesempatan untuk mempromosikan dengan menyebarkan pesan informasi secara rutin dan transparan, media sosial dapat membantu mengembangkan organisasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti akan meneliti berkaitan dengan peran *public relations* di Kantor Walikota Jakarta Timur menggunakan media sosial instagram dalam membangun citra institusi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, karena peneliti melakukan observasi serta wawancara terkait dengan peran *public relations* di kantor walikota jakarta timur melalui media sosial instagram dalam membangun citra institusi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Sejarah Walikota Jakarta Timur

Kantor Walikota Jakarta Timur merupakan institusi pemerintahan yang berhubungan langsung dengan *public* atau masyarakat. Menjadi salah satu institusi yang penting di Kota Jakarta Timur, Kantor Walikota Jakarta Timur memiliki Visi yaitu “Terwujudnya Kota Administrasi Jakarta Timur yang berorientasi kepada pelayanan publik menuju Kota berekonomi modern”.

Kantor walikota Jakarta Timur yang berlokasi di daerah Pulo Gebang Jakarta Timur ini merupakan Kantor Administrasi Kota Jakarta Timur sejak sekitar tahun 2000-an, yang menggantikan kantor lama yang berada di Jatinegara sebelumnya. Kawasan Kantor Pemerintahan yang dibagi menjadi beberapa yaitu Blok A, blok B1 dan B2 serta Blok C dan Blok D.

Visi: Terwujudnya Kota Administrasi Jakarta Timur yang berorientasi kepada pelayanan publik menuju kota berekonomi modern.

Misi:

1. Mewujudkan Jakarta Timur sebagai Kota modern yang bertata serta konsisten dengan rencana tata ruang wilayah.
2. Menjadikan Jakarta sebagai Ibu Kota yang bebas dari masalah-masalah menahun seperti macet, banjir, permukiman kumuh, sampah dan lain-lain.
3. Membangun budaya masyarakat perkotaan yang toleran, tetapi juga sekaligus memiliki kesadaran dalam memelihara kota.
4. Membangun Pemerintahan yang bersih dan Transparan serta berorientasi pada pelayanan publik.

### 2. Media Sosial Instagram

Menggunakan teknologi web 2.0 dan sebuah filosofi, Kaplan dan Haenlin (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk mengkomunikasikan informasi. Facebook, Twitter dan Instagram adalah beberapa *platform* media sosial dengan jutaan pengguna di Indonesia yang cukup populer. Setiap pengguna media sosial dapat berkomunikasi dengan jutaan platform lainnya (Williams et al;2012) Indonesia memiliki tingkat penggunaan media sosial global tertinggi keempat (Arifin, 2019). Menurut data *We are social (2019)*

penggunaan internet di Indonesia menghabiskan waktu hingga 8 jam 36 menit setiap hari di media sosial.

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan pertanyaan serta jawaban wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan 1 dan 2 sebagai penguat data pada penelitian ini.

Berkaitan dengan hasil wawancara peneliti bahwa Pemkot Jaktim termasuk Walikota Jakarta Timur, memiliki tanggung jawab untuk menginformasikan berita kepada masyarakat secara terbuka dan transparan. Undang-undang nomor 14 Tahun 2008 Tentang keterbukaan berita publik mengatur hal tersebut. Berita publik adalah berita yang diperoleh, disimpan, dikelola, dikirim atau diterima oleh badan publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan dan penyelenggara dan badan publik lainnya yang berkaitan dengan Undang-undang ini serta berita-berita lainnya yang berkaitan dengan kepentingan umum, sebagaimana tercantum dalam pasal 1 ayat 2 Undang-undang nomor 14 Tahun 2008.

Humas Kota Jakarta Timur memanfaatkan Media sosial Instagram dengan username @kotajakartatimur untuk melakukan kegiatan kehumasaannya. Melalui akun ini, Humas Kota Jakarta Timur membagikan semua peristiwa dan berita yang ada di Jakarta Timur. Selain itu, Instagram digunakan sebagai *platform* media sosial untuk komunikasi publik dan pihak ketiga. Kedua belah pihak dapat lebih mudah mendapatkan informasi dan bereaksi secara efisien dengan menggunakan Instagram sebagai media penghubung antara organisasi dan masyarakat umum. Bersamaan dengan membantu Kota Jakarta Timur mengembangkan reputasi positif di kalangan masyarakat umum.

Pada penelitian ini penggunaan media sosial Instagram pada akun @kotajakartatimur sebagai media komunikasi dengan publik serta membangun citra institusi di mata khalayak publik. Berikut peneliti akan menjabarkannya sebagai berikut:

#### 1. Jejaring sosial

Aplikasi untuk *new media* antara lain *facebook*, *twitter*, *instagram*, *skype* dan *platform* lainnya. Pilihan mengunggah foto, video dan siaran langsung adalah beberapa layanan yang ditawarkannya.

Jejaring sosial yang digunakan Humas Walikota Jakarta Timur adalah Instagram dengan akun @kotajakartatimur. Di gunakan untuk wadah berinteraksi pada khalayak publik Kota Jakarta Timur ataupun diluar Kota Jakarta Timur.

## 2. Media Sosial

Adapun media sosial yang mana merupakan bagian dari jejaring sosial yang berisi konten. Seperti yang dikemukakan oleh *Huffington post* media sosial adalah media berbagi konten, seperti video, podcast, slideshow dan sebagai lainnya. Pemerintah Kota Jakarta Timur memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi atas informasi-informasi terkait Kota Jakarta Timur, infografis, berita terkini Kota Jakarta Timur, serta publikasi kegiatan program Pemerintah DKI Jakarta termasuk program PJ. Gubernur.

## 3. Informasi

Dengan keberadaannya *New Media* dapat memudahkan pihak Humas Walikota Jakarta Timur dalam berbagi, menyebarluaskan informasi dan berita terkini. Serta memudahkan untuk khalayak publik dalam mendapatkan informasi tersebut.

Dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peran *Public Relations* di Kantor Walikota Jakarta Timur adalah sebagai media komunikasi dan publikasi kepada publik. Seperti yang disampaikan oleh informan utama ” Pada pelaksanaannya, Seksi Komunikasi dan Informasi melakukan pelayanan komunikasi dan informasi publik melalui peliputan kegiatan pimpinan tingkat Kota Administrasi Jakarta Timur berikut publikasi dan diseminasinya ke masyarakat luas melalui website dan media sosial resmi Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur.”

Selanjutnya tujuan dari penyebarluasan informasi-informasi yang diunggah di media sosial Kota Jakarta Timur adalah menciptakan citra baik institusi terhadap khalayak publik yang dimana juga telah disampaikan oleh informan utama bahwa “Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perangkat daerah tidak terkecuali Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Timur adalah untuk mendukung tercapainya Visi dan Misi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, dan seluruhnya menargetkan dampak yang positif bagi masyarakat DKI Jakarta.”

Dari hasil wawancara serta observasi yang telah dilakukan oleh peneliti hasil dari sebuah peran *public relations* di Kantor Walikota Jakarta Timur adalah mengelola, mengunggah setiap berita yang terjadi di Kota Jakarta Timur, serta menjaga hubungan positif antara instansi dan masyarakat umum.

## **KESIMPULAN**

Sebagai salah satu instansi penting di Pemkot Jakarta Timur, Public Relation Kantor Walikota Jakarta Timur sangat menerapkan *transparasi* serta keterbukaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan publik.

Menjadi institusi di Kota Administrasi Jakarta Timur Kantor Walikota Jakarta Timur sangat mengedepankan citra baik institusi, menjaga serta membangun citra institusi yang sudah ada.

Pemenuhan kepuasan publik menjadi salah satu tujuan fungsi public relation. Akun Instagram @kotajakartatimur yang dikelola oleh Seksi KIP Sudin Kominfotik Jakarta Timur adalah akun resmi Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur yang memuat produk informasi publik berupa konten infografis, berita, dan video Reels.

## DAFTAR REFERENSI

- Abidin, K. Z., & Soegiarto, A. (2021). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*, 241.
- Effendi , M. (2010). Peran Internet Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- El Ishaq, R. (2017). *Public Relations: Teori dan Praktik*. Malang: Intrans.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophiii\_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan . *Jurnal Inovasi*, 35-36.
- Kurniawan, C. G., & Nina, O. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Lembaga. *Economic Education Alaysis Journal*.
- Masitoh, S. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda D.I Yogyakarta Dalam Mengelola Citra Positif Institusi.
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik . *UG Jurnal* .
- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Intagram Sebagai Bentuk Citra Diri Generasi milenial Jakarta.
- Moloeng, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Priscilla, A., & Amrozi, K. (n.d.). Peran Humas Dalam Mempertahankan CItra Unggulan Pada Tingkat SMP.
- Sintje, A. R. (n.d.). Peran Public Relations Terhadap Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Trakindo Manado.