

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi melalui internet di Indonesia sangat cepat. Keberadaan internet banyak memberi manfaat bagi penggunanya. Teknologi internet tidak mengenal batas ruang dan waktu sehingga dapat memberikan banyak informasi dari seluruh belahan dunia.

Berdasarkan press release Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada selama tahun 2014 meningkat menjadi 88,1 juta pengguna. Sebanyak 87,4 persen dari pengguna internet di Indonesia memanfaatkan internet untuk mengakses media sosial seperti, Facebook, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya. Sementara di Bali, jumlah pengguna internet mencapai angka 1,62 juta pengguna internet dari total 1,87 juta jiwa penduduk pada tahun 2013 ([www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id))

Media sosial, menurut Haenlein dkk. (2010:59) adalah sebuah media online. Para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Beberapa media sosial yang sudah banyak digunakan antara lain adalah media sosial Instagram, Facebook dan Twitter.

Proses komunikasi yang terjadi dalam media sosial memiliki peran yang cukup penting. Beberapa komunitas virtual merupakan sarana interaksi yang sempurna untuk mencapai khalayak yang diinginkan. Berfikir strategis menjadi salah satu kunci yang penting dalam interaksi PR melalui media sosial. Mengenali khalayak, media sosial yang digunakan, serta apa yang diinginkan sebuah komunitas network dan menyediakannya, merupakan hal yang harus dapat dilakukan oleh PR untuk berhasil dalam memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi PR. (Brown, 2012: 358).

Penggunaan media sosial dalam strategi komunikasi PR saat ini sudah mendapat perhatian yang cukup besar di kalangan industri. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006: 360-362), dalam praktik PR, strategi merupakan konsep pendekatan atau rencana umum mengenai program yang didesain untuk mencapai

tujuan. Strategi memiliki peran penting dalam usaha untuk menciptakan sudut pandang atau peristiwa. Menurut Safko (2012), terdapat empat pilar pendukung strategi melalui media sosial, yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, serta hiburan.

Pemilihan strategi serta media yang tepat dapat berpengaruh terhadap berbagai aspek dalam perusahaan atau organisasi, salah satunya dalam hal membangun dan mempertahankan citra perusahaan atau organisasi di mata khalayak eksternal. Citra merupakan gambaran tentang objek di pikiran khalayak atau konsumen (Kriyantono, 2006; 355). Strategi pembentukan citra melalui media sosial saat ini banyak dimanfaatkan oleh organisasi atau perusahaan.

Salah satu organisasi yang menggunakan media sosial untuk membentuk citra positif organisasi adalah Purna Paskibraka Indonesia Jakarta Barat atau disingkat PPI Jakarta Barat. Sesuai dengan SK Dirjen Diklusepora No.Kep.091/E/O/1985 tanggal 10 Juli 1985, ditetapkan bahwa PPI adalah organisasi binaan yang bersifat regional dan provinsial, yang berarti organisasi PPI ada di tiap provinsi. PPI Jakarta Barat merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan di Jakarta Barat dibawah naungan suku dinas kesatuan bangsa dan politik kota (KESBANGPOL) walikota kota administrasi Jakarta Barat. Anggota PPI Jakarta Barat adalah para anggota Paskibraka yang telah menjalankan tugas mengibarkan duplikat bendera pusaka atau purna-Paskibraka.

PPI Jakarta Barat telah dirintis sejak tahun 1979. Saat itu, salah satu pelajar Jakarta Barat dari SMA Negeri 2, yaitu Bambang T. Baskoro terpilih menjadi anggota Paskibraka di Tingkat Nasional. Pada tahun 1989. PPI Jakarta Barat yang hingga kini beranggotakan 789 dan jumlah pengurus inti 12 orang untuk periode 2020 – 2024. PPI Jakarta Barat memiliki strategi dalam pembentukan citra positif dengan menggunakan beberapa sosial media seperti facebook, twitter dan instagram untuk menyebarkan informasi. Dan penggunaan media sosial yang paling intens adalah instagram dengan username @ppijakbar. ([www.ppijakartabarat.com](http://www.ppijakartabarat.com))

Penggunaan sosial media intagram saat ini banyak diminati oleh publik, dan PPI Jakarta Barat tidak mau ketinggalan momen ini untuk menarik perhatian publik. Saat masa pandemic covid 19 seperti ini, semua kegiatan yang bersifat mengumpulkan masa (Pelajar SMP-SMA) seperti perlombaan baris-berbaris setingkat kota Jakarta Barat, seleksi calon anggota paskibraka jadi terhenti dan bisa menurunkan elektabilitas atau popularitas organisasi PPI Jakarta Barat. Namun dengan aktifnya media sosial instagram PPI Jakarta Barat, organisasi ini ingin tetap mempertahankan popularitasnya dengan aktif memposting seperti informasi di *intastory* yang bersifat aktif 24 jam atau pun di *feed*.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari paparan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pembentukan citra Purna Paskibraka Indonesia Jakarta Barat Melalui Media Sosial Instagram @PPIJAKBAR.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut :

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pembentukan citra Purna PASKIBRAKA Indonesia Jakarta Barat melalui media sosial instagram @PPIJAKBAR.

### **1.5 Manfaat Peneliti**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan bagi penelitian terkait pembentukan citra melalui media sosial

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan informasi terhadap citra Purna Paskibraka Indonesia Jakarta Barat melalui media sosial media

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Berikut penjabaran lengkap tentang sistematika penulisan

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang menjabar secara singkat kerangka laporan penelitian yang penulis buat.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai tujuan pustaka yang merupakan landasan teori dalam penelitian, kerangka pemikiran dan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian serta operasional variabel.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik sampling, dan bahan penelitian