

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (dalam Asep Syamsul M. Romli, 2012: 104). Kecepatan penyebaran informasi di media sosial sudah menggantikan peranan media massa konvensional dalam penyebaran berita. Kalangan media konvensional pun turut menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi yang dibuat oleh para wartawannya.

Kecepatan penerimaan pesan dalam hitungan detik menjadikan media sosial digemari masyarakat dan terus berkembang pesat. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan umpan balik (*feedback*) secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial dapat menciptakan opini publik akan sebuah isu/peristiwa. Ketika sebuah isu menjadi viral di media sosial, pengguna media sosial memberikan opini-opini mereka pada kolom komentar. Opini yang muncul beragam, karena adanya perbedaan pandangan individu. Opini publik lebih dari sekedar kumpulan pandangan yang dianut oleh kategori kelompok individu pada satu waktu. Opini publik merefleksikan proses dinamis di mana ide-ide "diekspresikan, disesuaikan, dan dikompromikan melalui dalam rangka menuju determinasi kolektif dari suatu arah tindakan" (dalam Cutlip, 2006:239).

Instagram adalah media sosial yang tampilan profil akunya berupa barisan foto atau video pendek berdurasi maksimal satu menit. Instagram oleh individu dimanfaatkan sebagai ajang eksistensi diri. Instagram juga digunakan oleh lembaga atau perusahaan. Lembaga atau perusahaan memanfaatkan instagram sebagai sarana pemasaran dan pencitraan. Penggunaan instagram untuk membentuk citra dinilai efektif, karena pada dasarnya instagram merupakan akun media sosial yang memuat foto dan video pendek. Foto yang diunggah di instagram merupakan foto pilihanterbaik dengan diberikan *caption* (keterangan) berupa teks sebagai informasi dari foto atau video pendek. Teks yang dicantumkan dalam unggahan foto sifatnya bergantung pada tujuan dari pengelola akun instagram.

Peneliti memilih media sosial instagram pada penelitian ini karena instagram adalah media sosial populer di Indonesia. Menurut hasil survei

WeAreSocial.net dan *Hootsuite* pada Januari 2018, instagram merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ketujuh di dunia. Indonesia adalah negara ketiga dengan jumlah pengguna aktif instagram terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan Brazil dengan jumlah 50 juta lebih pengguna.

Akun instagram @surabaya mengulas informasi tentang kota Surabaya dan dikelola oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya. Akun @surabaya dalam penulisan teks di unggahan foto atau video pendeknya bersifat persuasif dan edukatif serta dicampur dengan aksen bahasa khas Surabaya. Teks yang dimuat dengan foto berisikan informasi tentang kota Surabaya. Foto-foto yang diunggah oleh akun @surabaya adalah foto-foto tentang keindahan kota. Keindahan tersebut dapat berupa unggahan foto tentang bangunan bersejarah, ikon kota, taman kota, dan tempat wisata. Terdapat pula unggahan foto tentang orang-orang atau pemuda Surabaya yang inspiratif serta hal-hal yang khas tentang kota Surabaya beserta ulasannya.

Foto yang diunggah oleh akun instagram @surabaya selain hasil foto oleh fotografer @surabaya sendiri juga mengambil dari unggahan orang lain. Akun instagram @surabaya melakukan pengunggahan ulang (*repost*) pada foto yang mereka seleksi dari penggunaan tanda pagar (tagar) / *hashtag* di instagram, tagar yang digunakan bergantung pada akun @surabaya. Foto yang dianggap mewakili citra kota Surabaya layak unggah di akun instagram @surabaya. Pengunggahan ulang tersebut hanya pada foto, teks informasi foto ditulis ulang oleh pengelola akun @surabaya.

Peneliti memilih akun instagram @surabaya sebagai subjek penelitian karena @surabaya adalah akun yang dikelola oleh lembaga pemerintahan. Setiap bulan akun instagram @surabaya mengadakan lomba foto dengan tema yang ditentukan. Pemenang lomba foto mendapatkan hadiah uang dari pemerintah kota Surabaya. Foto yang ikut dilombakan dapat digunakan Pemerintah Kota untuk keperluan paparan kepada Walikota Surabaya.

Unggahan foto yang ditampilkan akun instagram @surabaya selalu konsisten tentang kota Surabaya. Pemanfaatan instagram oleh akun @surabaya selain untuk pembentukan citra adalah untuk menyiarkan informasi yang berisi argumentasi rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Terdapat beberapa akun sejenis yang juga mengulas tentang kota Surabaya yang dikelola oleh komunitas, salah satunya adalah akun instagram @aslisuroboyo. Akun @aslisuroboyo tidak murni hanya mengulas tentang kota Surabaya, akun @aslisuroboyo memanfaatkan jumlah pengikutnya untuk menarik pengiklan.

Beberapa unggahan akun @aslisuroboyo adalah unggahan untuk mempromosikan produk atau jasa tertentu.

Tanggal 2 April 2018 harian Jawa Pos di halaman bagian Metropolis memuat informasi tentang fasilitas umum lapangan futsal yang rusak di daerah Tenggilis, Surabaya. Dalam informasi dengan judul "Butuh Perbaikan" tersebut terdapat gambar anak-anak yang bermain bola dengan kondisi pagar kawat yang jebol. Informasi yang dimuat tentang lapangan futsal tersebut adalah kondisi jala gawang yang jebol dan kawat pagar sekeliling lapangan yang sudah lepas. Di waktu yang berbeda, akun instagram @surabaya pernah mengunggah foto lapangan futsal di daerah pesisir Surabaya. Foto yang diunggah tersebut tampak lapangan futsal yang bagus dan terawat dengan pengecatan bertema warna-warni. Dalam unggahan foto terdapat teks yang menginformasikan berkembangnya daerah pesisir Surabaya dari segi kebersihan dan fasilitas olahraganya.

Perbedaan muatan informasi oleh harian Jawa Pos dan akun instagram @surabaya karena perbedaan tujuan dari informasi yang dimuat. Harian Jawa Pos memuat informasi tersebut bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak maupun lembaga, sedangkan akun @surabaya selain berisikan informasi juga terkandung tujuan mencitra positifkan kota Surabaya pada pengikutnya / *follower*.

Citra sangat penting untuk terus berkembangnya kota Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, pemberitaan terkait kota Surabaya oleh media tidak selalu positif. Citra yang negatif dapat berpengaruh negatif pada berbagai aspek di kota Surabaya. Pemerintah Kota Surabaya dan warga Surabaya telah membangun Surabaya menjadi kota yang indah dan hijau, sehingga mendapat pengakuan berupa penghargaan-penghargaan dari dunia. Pemberitaan yang positif juga dapat berpengaruh pada berkembangnya kota Surabaya. Hal tersebut menjadi alasan untuk mengetahui bagaimana aktifitas *framing* (pembingkaiian) teks pada unggahan foto akun instagram @surabaya sebagai upaya pembentukan citra kota Surabaya di media sosial instagram.

Pemilihan foto dan penulisan teks yang diunggah oleh akun instagram @surabaya merupakan bentuk pembingkaiian pesan / *framing*. Pemilihan foto-foto terbaik diharapkan dapat menggambarkan indahnya kota Surabaya sehingga terbentuk citra yang positif. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa ke mana berita tersebut (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999:21).

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Model Pan dan Kosicki dipilih atas pertimbangan bahwa cara-cara yang pernah mereka lakukan lebih tepat dan lebih luas dalam menganalisis setiap bagian dari isi teks media, karena memunculkan banyak “*framing device*” yang bisa digali dari keempat struktur analisisnya, yaitu: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Model analisis *framing* Pan dan Kosicki berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide (dalam Sobur, 2001: 175). Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (dalam Sobur, 2001: 162).

Peneliti tertarik untuk melakukan analisis *framing* terhadap akun instagram @surabaya. Bagaimana akun instagram @surabaya mencitra positifkan kota Surabaya dengan pembedaan *caption* / teks informasi foto unggahan. Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara komunikator saat membangun pesan (Morisson, 2008). Dalam hal ini pengelola akun instagram @surabaya sebagai komunikator. Jadi, dalam penelitian analisis *framing* ini ingin mengetahui cara-cara akun instagram @surabaya sebagai komunikator dalam membangun pesan yang akan disampaikan kepada *follower* / pengikut.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian dari latar belakang yang telah dijabarkan di atas adalah:

Bagaimana pembentukan citra kota Surabaya melalui media sosial instagram dalam analisis *framing* akun instagram @surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pembentukan citra kota Surabaya melalui media sosial instagram pada akun instagram @surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi keilmuan dibidang ilmu komunikasi terutama dalam bidang analisis *framing* media,

khususnya media sosial. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat positif bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola akun instagram @surabaya supaya bisa lebih baik lagi dalam pengelolaan akun instagram @surabaya

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori dan kepustakaan, hasil penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan langkah-langkah analisis *framing* Pan dan Kosicki.

BAB IV : PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang penyajian data dan pembahasan. Penyajian data terdiri dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi pengamatan, dan penyajian data. Sedangkan pembahasan terdiri dari interpretasi dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

