



**Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan
Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan**
**Community Perceptions of the Image of Medan City Government
Through Instagram Social Media Account
@humas_pemkomedan**

Muhammad Wahyu Effendi1), Yan Hendra2), Armansyah Matondang1)*

1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area, Indonesia

2) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: Mei 2019; Disetujui: Mei 2019; Diterbitkan: Juni 2019.

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya akun media social Instagram @humas_pemkomedan yang memuat citra Pemerintah Kota Medan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang citra Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pemilihan informan di sini adalah masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan dan informan di penelitian ini mengikuti prinsip kejenuhan dimana jika data yang dibutuhkan masih kurang dilakukan penambahan informan untuk mendapatkan informasi baru hingga data yang didapatkan mencapai titik jenuh artinya bahwa bila jawaban dari narasumber sudah sama, maka pengumpulan data melalui wawancara dihentikan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi struktur kepada semua informan, dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimana persepsi mengenai citranya diuraikan menjadi 2 aspek yang pertama melalui profil Instagram dan yang kedua adalah isi Instagram @humas_pemkomedan yang terdiri dari 6 kategori unggahan yaitu sebagai berikut: Kegiatan pemerintah kota medan, berita laporan hasil kerja, informasi dan himbauan, ucapan selamat, video, tokoh, maka Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram adalah cenderung positif.

Kata Kunci: Persepsi Masyarakat, Citra Pemerintah Kota Medan, Melalui Instagram

Abstract

This research is based on the social media account of Instagram @humas_pemkomedan which contains the image of Medan City Government. The purpose of this study to determine the public perception about the image of Medan City Government through social media accounts Instagram. Theories used in this study include the theoretical description of communication, perception, society, image, social media, Instagram. The research method used is qualitative descriptive method. Selection of informants here is the people of Medan City who follow social media accounts Instagram @humas_pemkomedan and informants in this study following the principle of saturation where if the data needed is still less will be done addition of informants to get new information until the data obtained reach saturation point that if from the source is the same, then the data collection through the interview is stopped. Data collection techniques were conducted by semi-structured interviews to all informants, and the results of this study showed that where the perception of the image is described into the first two aspects through Instagram profile and the second is the content of Instagram @humas_pemkomedan consisting of 6 categories of uploads are as follows: The activities of Medan city administration, news reports on work, information and appeal, congratulations, videos, figures, then Public Perceptions About Government Image Medan City Through Social Media Account Instagram is tend to be positive.

Keywords: Public Perception, Government Image of Medan City, Through Instagram

How to Cite: Effendi. M.W. Hendra. Y. & Armansyah, M. (2019). *Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram Study Deskriptif Kualitatif Pada Masyarakat Kota Medan yang Mengikuti Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan*. PERSPEKTIF, 8 (1): 20-26.

*Corresponding author:

E-mail: muhammadwahyueffendi97@gmail.com

PENDAHULUAN

Majunya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka pada pengetahuan global, perkembangan media ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang baik media elektronik, cetak maupun media sosial. Media sosial yang menawarkan aplikasi khusus dan dikemas secara menarik juga membantu penggunaannya untuk terus mengikuti perkembangan media sosial itu sendiri, media sosial menawarkan berbagai kemudahan dalam penyebarluasan dan penerimaan informasi, mudah dan cepat juga menjadi andalan dari media sosial itu sendiri.

Salah satunya media sosial yang sedang tren di masyarakat saat ini adalah Instagram, Instagram sendiri merupakan tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya, sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna Instagram lainnya, dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna akun dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Instagram sendiri baru saja membeberkan data internalnya perihal pengguna di Indonesia pada awal 2017 saja tidak kurang dari 45 juta orang Indonesia menggunakan media sosial ini secara aktif. Dengan jumlah pengguna yang masif Indonesia menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulanan alias monthly active user. (Sumber: tekno.kompas.com).

Media sosial khususnya Instagram sangat bagus untuk komunikasi kebijakan pemerintah, salah tugas humas pemerintah untuk memastikan bagaimana persepsi negatif masyarakat terhadap pemerintah bisa dikelola dengan baik melalui pemaparan data dan fakta di Instagram, Pemerintah Kota Medan diawal tahun 2016 resmi mengoperasikan akun media sosial Instagram dengan nama Humas Pemko Medan (@humas_pemkomedan) dan hingga saat ini sudah memiliki 11 ribu lebih pengikut, mengikuti 145, dan 2.530 kiriman.

Kota Medan adalah kota terbesar nomor 3 di Indonesia dengan kota sebesar

ini tentulah masyarakatnya juga tidak lepas dari perkembangan teknologi dan informasi dimana hampir setiap kehidupan masyarakat Kota Medan terhubung dengan internet khususnya media sosial Instagram maka dengan adanya akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan yang memuat citra Pemerintah Kota Medan masyarakat Kota Medan dapat melihat segala kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan yang diunggah di akun tersebut, masyarakat Kota Medan khususnya yang menggunakan Instagram dan mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan tentu akan mempunyai persepsi tentang citra Pemerintah Kota Medan yang di unggah melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Maka untuk memudahkan penjelasan mengenai persepsi masyarakat tentang citra Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan maka citra dilihat dari dua aspek yakni: Profil Instagram, Isi Instagram @humas_pemkomedan yang terdiri dari 6 kategori unggahan yaitu: Kegiatan Pemerintah Kota Medan, Berita laporan hasil kerja, Informasi dan himbauan, Ucapan selamat, Video, dan Tokoh.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Medan, lebih tepatnya terhadap masyarakat Kota Medan yang mengikuti Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan.

Sumber data yang menjadi fokus penelitian terdiri dari: Sumber data primer yang berupa hasil dari wawancara terhadap informan dan sumber data sekunder yang berupa dokumen-dokumen, arsip-arsip dan kepustakaan.

Pemilihan informan pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Medan yang menggunakan mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan dan jumlah informan di penelitian ini mengikuti prinsip kejenuhan.

Penelitian ini dibantu alat instrumen seperti akun Instagram pribadi untuk

menghubungi calon informan dan smartphone untuk merekam dan mendokumentasikan gambar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarik kesimpulan. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data di penelitian ini adalah triangulasi, meningkatkan ketekunan dan menggunakan bahan referensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sudah menjadi rahasia umum setiap organisasi, perusahaan maupun instansi pemerintah akan melakukan berbagai cara untuk mendapatkan citra yang baik, Pemerintah Kota Medan tentu menginginkan citra yang baik di mata masyarakatnya, dengan mengoperasikan akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan Pemerintah Kota Medan tentu bisa mempublikasikan segala bentuk aktivitas untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat Kota Medan guna untuk menuai citra yang baik "Citra sendiri adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi" (Canton, dalam Soemirat dan Ardianto, 2002).

Namun dalam berbagai strategi untuk membangun citra itu akan mendapatkan berbagai kendala dan tantangan baik berupa hasil yang tidak sesuai dengan keinginan ataupun persepsi masyarakat yang sudah sulit untuk diubah terhadap organisasi, perusahaan maupun instansi pemerintah karena adanya pengalaman dari masyarakat itu sendiri, dalam penelitian ini masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan tentu akan menyimpulkan dan menafsirkan pesan yang dimana pesan tersebut uraikan menjadi dua aspek yang berupa profil Instagram dan isi Instagram yang ada pada akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan dan menjadi sebuah persepsi sebagaimana diungkapkan oleh Rahmat (1990) mendefinisikan pengertian persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan

menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan sejak dioperasikan diawal tahun 2016 oleh Pemerintah Kota Medan tentulah menjadi sebuah strategi yang dapat menjadi sebuah media pembangun citra yang baik bagi Pemerintah Kota Medan dalam mempublikasikan berbagai bentuk aktivitas mereka kepada masyarakat Kota Medan khususnya yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan melalui unggahan-unggahan yang dibagikan di dalam akun tersebut, bahkan dengan menggunakan akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan sudah menjadi salah satu keunggulan dari Pemerintah Kota Medan di era teknologi dan informasi saat ini dalam membangun citranya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan di dalam penelitian ini dengan menguraikan 2 aspek untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang citra Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram.

Dimana yang aspek pertama adalah dengan dioperasikannya akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan oleh Pemerintah Kota Medan yaitu profil Instagram @humas_pemkomedan, Pemerintah Kota Medan mendapatkan apresiasi yang baik dari masyarakat.

Publikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial @humas_pemkomedan menjadikan masyarakat mempunyai akses untuk melihat apa-apa saja kegiatan dan aktivitas dari Pemerintah Kota Medan, sehingga masyarakat Kota Medan sangat terbantu dengan adanya akun ini, masyarakat juga dapat menyampaikan aspirasi dan kritikan kepada pemerintah melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan, di era informasi dan teknologi ini menyebabkan masyarakat membutuhkan informasi yang cepat dan mudah diakses, Pemerintah Kota Medan hadir dengan akun @humas_pemkomedan untuk menjawab tantangan di era saat ini.

Tentu dari informasi yang peneliti dapatkan masyarakat Kota Medan sangat mengapresiasi Pemerintah Kota Medan dengan adanya akun ini, dan hadirnya akun @humas_pemkomedan dalam mempublikasikan aktivitas Pemerintah Kota

Medan kepada masyarakat, sehingga menjadikan citra yang cenderung positif dari Pemerintah Kota Medan di mata masyarakat, masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan menyatakan bahwa mereka merasa terbantu dengan hadirnya akun @humas_pemkomedan yang dimana profil dan tampilan akun tersebut mengunggah segala bentuk aktivitas dan informasi dari Pemerintah Kota Medan sehingga menurut masyarakat Kota Medan yang peneliti peroleh dari penelitian ini hampir sama jawaban satu dengan jawaban satu lainnya dari masing-masing informan, dimana secara umum mereka sangat senang dan mendukung dengan adanya akun tersebut.

Aspek kedua yang merupakan salah satu dari dua aspek yang merupakan upaya dari Pemerintah Kota Medan dalam membangun citranya melalui akun media sosial Instagram adalah isi Instagram yang terdiri dari 6 kategori unggahan, ini tentu akan membentuk persepsi masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun @humas_pemkomedan mengenai citra Pemerintah Kota Medan, ke 6 kategori isi unggahan yang dapat membentuk persepsi masyarakat mengenai citra Pemerintah Kota Medan itu anatara lain ialah: Kegiatan Pemerintah Kota Medan, Berita laporan hasil kerja, Informasi dan himbauan, Ucapan selamat, Video, Tokoh.

Ke 6 kategori unggahan di atas merupakan bentuk dari upaya Pemerintah Kota Medan dalam memberikan sebuah bukti dari kinerja dan tanggung jawab mereka kepada masyarakat Kota Medan dan berharap mendapatkan apresiasi dari masyarakat guna mendapatkan persepsi citra pemerintahan yang positif.

Setelah mewawancarai informan peneliti memperoleh hasil dari Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan dari 6 kategori unggahan tersebut.

Kegiatan Pemerintah Kota Medan

Mengenai unggahan ini jawaban masyarakat Kota Medan yang menjadi informan dalam penelitian ini hampir sama yaitu mereka menilai baik dan setuju saja dengan Pemerintah Kota Medan, dengan adanya unggahan yang dipublikasikan tentang kegiatan Pemerintah

Kota Medan masyarakat menjadi tahu apa saja kegiatan dan kerja Pemerintah Kota Medan tetapi tentu dengan beberapa harapan dimana masyarakat berharap agar kegiatan-kegiatan ini untuk tetap dilakukan dan jangan hanya sekedar serimonial saja tanpa tindak lanjut kedepannya, diunggahnya kegiatan-kegiatan Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan menjadikan masyarakat menyadari bahwa Pemerintah Kota Medan sudah melakukan tugas-tugas mereka sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga masyarakat menjadi percaya bahwa pemerintah saat ini sedang berkerja demi kebaikan Kota Medan kedepanya.

Berita laporan hasil kerja

Unggahan yang dilakukan Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan mendapatkan penilainnya yang beragam, dimana masyarakat menilai upaya Pemerintah Kota Medan untuk mempublikasikan hasil dari kerja mereka sudah baik, secara umum unggahan seperti ini sangat diperlukan bagi masyarakat untuk mengetahui dan mendapatkan informasi apa saja yang telah dikerjakan oleh Pemerintah Kota Medan dan juga sebagai sarana media publikasi dari hasil kerja Pemerintah Kota Medan sebagai bentuk pembuktian kepada masyarakat.

Masyarakat Kota Medan tentu sangat senang bisa mengetahui hasil kerja dari pemerintahan mereka, unggahan hasil kerja ini seharusnya diperbanyak karena inilah salah satu bentuk keberhasilan dari sebuah kepemimpinan, jika saja suatu daerah tidak memiliki sebuah hasil dari kinerja pemimipinya itu adalah sebuah kegagalan dari pemerintah dan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebenarnya masyarakat menilai sudah baik tetapi masyarakat juga meminta kepada Pemerintah Kota Medan untuk lebih banyak lagi untuk menunjukan hasil kerja mereka, karena segala kegiatan Pemerintah Kota Medan harus memiliki hasil nyata dan hasil kerja itu dapat dirasakan oleh masyarakat Kota Medan.

Dalam hal ini masyarakat yang menjadi informan berharap bahwa hasil kerja ini harus upayakan untuk diperbanyak oleh Pemerintah Kota Medan, masyarakat selama ini hanya melihat unggahan mengenai hal lain (bukan hasil kerja) yang diunggah di akun

@humas_pemkomedan masyarakat inginkan lebih dari apa yang sudah mereka lihat dari hasil kerja yang lebih banyak tentang pengaspalan jalan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan yang diunggah melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan padahal masih banyak lagi hasil kerja yang seharusnya Pemerintah Kota Medan hasilkan untuk kemajuan dan kesejahteraan masyarakat Kota Medan.

Informasi dan Hibauan

Informasi dan hibauan yang dilakukan Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan secara umum mendapatkan tanggapan yang baik, masyarakat merasa terbantu dengan informasi dan hibauan dari Pemerintah Kota Medan, masyarakat merasa mereka mendapatkan informasi dan hibauan dari Pemerintah Kota Medan berupa sosialisasi informasi yang bermanfaat sehingga membantu masyarakat, unggahan dari Pemerintah Kota Medan ini juga menjadi sarana yang memudahkan bagi masyarakat dalam menerima informasi atau sosialisasi dari segala bentuk kebijakan ataupun rencana kedepan dari Pemerintah Kota Medan, dalam menggunakan akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan hibauan ini menurut masyarakat Kota Medan sudah sangat efektif sehingga masyarakat terhidar dari berita hoax atau kekosongan informasi yang membuat masyarakat tidak peduli dengan pemerintahnya atau menilai buruk pemerintahannya.

Ucapan Selamat

Ucapan selamat yang disampaikan oleh Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan mendapatkan tanggapan dan penilainnya yang sangat baik dari masyarakat Kota Medan dimana unggahan ini menjadi sangat efektif dikarenakan Pemerintah Kota Medan tidak perlu lagi memasang baliho-baliho yang menghabiskan dana dan memperburuk Kota Medan dan masyarakat juga menilai di tengah keberagaman agama dan etnis di Kota Medan dapat terjaga keharmonisannya dengan adanya upaya dari pemerintah untuk

mengucapkan selamat hari raya bagi setiap perayaan keagamaan yang ada.

Masyarakat juga merasa senang dengan adanya ucapan-ucapan selamat untuk hari peringatan nasional lainnya dimana masyarakat terbantu untuk mengetahui bahwa pada hari tertentu sedang memperingati hari tertentu juga seperti hari guru, pahlwan ataupun hari ibu.

Video

Mengenai unggahan yang berkategori video yang difungsikan sebagai informasi audio visual yang memuat lebih detail setiap proses kerja Pemerintah Kota Medan ini masih mendapatkan tanggapan yang minim dari masyarakat dikarenakan masih sedikitnya unggahan mengenai video Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram

@humas_pemkomedan dan masyarakat yang pernah melihatnya berharap kualitas video untuk ditingkatkan lagi dan diperbanyak, dikarenakan dengan adanya video masyarakat dapat melihat aktivitas atau kegiatan yang menjadi inti dari aktivitas dan kegiatan tertentu.

Tokoh

Tokoh-tokoh yang tampil di akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan merupakan bentuk sarana untuk tokoh-tokoh baik dari jajaran dinas tertentu atau camat dan jajaran Pemerintah Kota Medan lainnya untuk tampil memperkenalkan diri kepada masyarakat dan memberi bukti mengenai kinerja dari tokoh tertentu guna memperbaiki citra Pemerintahan Kota Medan dan dari penelitian terhadap informan yaitu masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan diperoleh hasil bahwa masyarakat menilai bahwa dengan tampilnya tokoh-tokoh tersebut dapat memberi pengetahuan mereka dan dapat membantu untuk mengenal lagi setiap pemimpin-pemimpin dari jajaran Pemerintah Kota Medan. Persepsi masyarakat tentang suatu objek bisa sama dan bisa saja berbeda menurut Robbins (1996) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu: Individu yang bersangkutan (pemersepsi)

Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang

apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapannya.

Sasaran dari Persepsi

Sasaran dari persepsi dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat-sifat itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok lain yang tidak serupa.

Situasi

Persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti situasi dimana persepsi tersebut timbul, harus mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Namun dalam penelitian ini masyarakat memiliki kesamaan persepsi mengenai citra Pemerintah Kota Medan dimana citra itu dapat dilihat dalam dua aspek melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan dimana persepsi dari masyarakat tentang citra Pemerintah Kota Medan ini terbentuk oleh dua aspek yakni profil Instagram dan isi Instagram yang merupakan sebuah informasi yang ada pada akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan sesuai dengan Sutisna (2001) yang mengatakan bahwa citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Citra bukanlah sebuah benda berwujud melainkan sesuatu yang ada dalam ranah kognitif seseorang. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa citra adalah fragile commodity, komoditas yang rapuh, yang mudah rusak, karena citra sangat tergantung pada pemahaman orang dan pengalaman orang tentang sesuatu.

Maka dalam penelitian ini setelah dilakukan pengumpulan data dengan wawancara terhadap informan yang merupakan masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram

@humas_pemkomedan diperoleh data dan hasil bahwa Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram secara keseluruhan yang diuraikan menjadi 2 aspek di atas adalah cenderung positif, dengan beberapa harapan dan kritikan yang membangun dari masyarakat Kota Medan untuk Pemerintah Kota Medan.

Masyarakat Kota Medan khususnya yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan menilai bahwa segala bentuk aktivitas dan kegiatan serta kategori unggahan yang dilakukan Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan adalah suatu hal yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat Kota Medan khususnya yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan.

Citra Pemerintah Kota Medan yang cenderung positif diyakini akan mendatangkan goodwill dari masyarakat terhadap pemerintah, jika tidak dikelola dengan benar maka citra akan mudah sekali rusak, oleh karena itu meski citra adalah kesan, perasaan, atau gambaran masyarakat tentang Pemerintah Kota Medan cenderung positif, namun pemerintah tidak bisa membiarkan citra terbentuk dengan sendirinya, citra positif harus dibentuk melalui proses pencitraan yang tepat.

SIMPULAN

Citra Pemerintah Kota Medan di akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan terlihat pada profil Instagram yang merupakan profil Pemerintah Kota Medan, terkait dengan profil Instagram ini informan yang merupakan masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan memiliki persepsi yang cenderung positif. Citra Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan terlihat dari pada isi Instagram yang terdiri dari 6 kategori unggahan dari Pemerintah Kota Medan, terkait dengan isi Instagram informan yang merupakan masyarakat Kota Medan yang mengikuti akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan memiliki persepsi yang cenderung positif. Maka berdasarkan hal di atas dapat dikemukakan dari dua

aspek dari akun media sosial Instagram @humas_pemkomedan yang menggambarkan citra Pemerintah Kota Medan melalui Instagram yakni profil Instagram dan isi Instagram bahwa Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram adalah cenderung positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrori, M. (2009). Psikologi Pembelajaran. Bandung: CV. Wacana Prima.
- Effendy, O.U. (1990). Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, O.U. (1998). Kamus Komunikasi. Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, O.U. (2009). Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya. Bandung: RemajaRosda Karya.
- Irwanto, dkk. (1991). Psikologi Umum. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, F. (1992). Public Relations, Edisi Keempat, Terjemahan Haris Munandar. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, O.U. (2003). Public Relations, Edisi Kelima, Terjemahan Daniel Yadin. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Rahmat, Jallaludin. Nasrullah, R. (1990). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Karya.
- Robbins, S.P. (1996). Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, aplikasi, edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Silalahi. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung; PT. Refika Aditama.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugeng, P. (2016). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, S. dan Ardianto, E. (2002). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2003). Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: CV. Alfabeta.
- Syaibani, Y.A. (2011). New Media Teori dan Aplikasi. Jakarta: Lindu Pustaka.
- Toha, M. (2003). Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Grafindo Persada.
- Walgito, B. (1989). Pengantar Psikologi Umum. Surabaya: Bina Ilmu.
- Prasilika, T. 2007. Studi Persepsi Resiko Keselamatan Berkendara serta Hubungan Dengan Locus of Control pada Mahasiswa FMK UI yang Mengendarai Motor. Tidak Diterbitkan. Depok: Program Sarjana Fakultas Kesehatan Masyarakat UniversitasIndonesia.
- Hasil Survei Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2016 yang Dilakukan Oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) <http://www.APJII.or.id/> (diakses 14 Desember 2017)
- <http://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik> (diakses 21 November 2017)
- https://www.instagram.com/humas_pemkomedan/ (diakses 30 November 2017)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat> (diakses 11 Desember 2017)
- <http://komunikasi.unsoed.ac.id/sites/default/files/43.nana%20sutikna-unsoed.pdf> (diakses 12 Desember 2017)
- <http://winstarlink.com/pengertian-cyber-public-relations-cyber-pr-manfaat-cyber-pr-dan-fungsinya-cyber-pr/>(diakses 13 Desember 2017)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Internet> (diakses 14 Desember 2017)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses 15 Desember 2017)