

Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial

¹Harris Munandar, ²Maman Suherman

*1,2 Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
Email: teuku.harris21@gmail.com*

ABSTRACT: It is no secret to anyone that the current popularity of social media has been very rapid. Appears types of online social media with very diverse, ranging from Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare, Path and others. The types of social media each having a different content and unique. This study entitled "Government Communications Activities Ridwan Kamil in Social Media". The issues raised in this research is how Ridwan Kamil utilize social media Facebook, Twitter and Instagram as a medium of communication to the public administration Bandung. Other research methods were used in this study is a qualitative research method with case study approach. Data collection techniques used were interviews, observation, and literature. The theory used is the theory of humanistic leadership / populist and New Media Marshall McLuhan's theory. The purpose of this study was to determine how the process of government communications Ridwan Kamil, the main reason or reasons to use social media and how its role in everyday activities Ridwan Kamil as mayor of Bandung. Based on the results of interviews conducted by the researchers, the conclusion that government communications are executed Ridwan Kamil along the ranks of Bandung City Government is to shorten and simplify the flow of government bureaucracy that has been generally slow and cumbersome so that the flow of communication runs without any further insulation and barrier sometimes make it difficult for the public to be heard by government leaders and the aspirations and needs. The results of this study were analyzed by using the theory that has been used as a reference by researchers.

Keywords: Government Communications, Social Media, Mayor of Bandung

ABSTRAK: Sudah bukan rahasia umum lagi bahwa kepopuleran media sosial saat ini sudah sangat pesat. Muncul jenis-jenis media sosial online dengan sangat beragam, mulai dari *Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare, Path* dan lain sebagainya. Jenis-jenis media sosial tersebut masing-masing memiliki konten yang berbeda-beda dan unik. Penelitian ini mengambil judul "Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial". Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana Ridwan Kamil memanfaatkan media sosial *Facebook, Twitter* dan *Instagram* sebagai media komunikasi pemerintahannya terhadap masyarakat Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara, observasi dan studi pustaka. Teori yang digunakan adalah teori kepemimpinan humanistik/populistik dan teori *New Media* Marshall McLuhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi pemerintahan Ridwan Kamil, alasan atau sebab utama menggunakan media sosial dan bagaimana perannya dalam kegiatan sehari-hari Ridwan Kamil sebagai wali kota Bandung. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi pemerintahan yang dijalankan Ridwan Kamil beserta jajaran Pemkot Bandung yaitu memperpendek dan mempermudah alur birokrasi pemerintah yang selama ini biasanya lamban dan berbelit-belit sehingga alur komunikasi berjalan tanpa ada lagi sekat dan pembatas yang terkadang menyulitkan masyarakat untuk lebih di dengarkan oleh pemimpin dan pemerintah mengenai aspirasi dan kebutuhannya. Hasil penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan teori yang telah dijadikan sebagai rujukan oleh peneliti.

Kata Kunci: Komunikasi Pemerintahan, Media sosial, Wali Kota Bandung

A. Pendahuluan

Di era global saat ini, fenomena media jejaring sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sudah sangat populer bukan hanya dikalangan kaum muda. Jenis-jenis media sosial muncul dengan sangat beragam, mulai dari

facebook, twitter, instagram, foursquare, path, dan lain sebagainya. Jenis-jenis media sosial tersebut masing-masing memiliki konten yang berbeda-beda dan unik. Namun jika kita pahami secara mendalam semuanya memiliki fungsi yang sama yaitu kita difasilitasi untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi di dunia maya tanpa terkendala oleh ruang dan waktu.

Tidak hanya untuk komunikasi, kini media sosial sudah menjadi media kreatifitas. Sudah banyak sekali orang-orang yang meraih kepopuleran melalui media sosial. Ada yang terkenal dengan karya berupa tulisan atau kicauan (*tweet*), ada yang terkenal dengan bakat fotografi, videografi dan masih banyak lagi bakat yang tersalurkan melalui media sosial. Bahkan media sosial seperti *facebook, twitter*, dan *instagram* juga menjadi sarana dan media perniagaan yang sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis, dimana media sosial dimanfaatkan sebagai media promosi dan penjualan barang atau jasa melalui dunia maya.

Ekspansi media sosial juga masuk ke dalam setiap lapisan masyarakat Indonesia. Untuk di Indonesia saja, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebanyak 63 juta orang di Indonesia adalah pengguna internet dan 95 persen di antaranya adalah pengguna situs jejaring sosial. Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai negara dengan jumlah pengguna *facebook* terbanyak di dunia yaitu sejumlah 65 juta pengguna aktif dan peringkat ke-5 sebagai negara dengan pengguna *twitter* terbanyak di dunia yaitu sejumlah 19,5 juta pengguna aktif. Selain *facebook* dan *twitter*, masyarakat Indonesia juga menggunakan *blog, tumblr, path, instagram, line*, dan jejaring sosial lainnya.

Dari data tersebut, dapat kita sadari bahwa tingkat penggunaan media sosial semakin hari semakin pesat. Hal ini memaksa setiap individu untuk lebih cerdas dalam memanfaatkannya agar nantinya tidak menjadi sia-sia baik waktu maupun materil. Karena tidak dapat kita pungkiri media sosial telah menjangkau berbagai kehidupan masyarakat. Bahkan dalam bidang politik dan pemerintahan, media sosial telah menjadi sarana perubahan dan pembangunan kota juga sekaligus sebagai sarana aspirasi masyarakat yang cepat dan efektif. Seperti yang dilakukan oleh seorang sosok inspiratif anak muda yang kehadirannya telah membawa semangat perubahan dan kreatifitas di kota Bandung yaitu Ridwan Kamil. Seorang putra daerah Jawa Barat asli yang terjun dalam dunia politik dan pemerintahan dan saat ini telah menjabat sebagai Walikota Bandung periode 2013-2018.

Ridwan Kamil sangat populer di dunia maya karena kebijakan dan program-program beliau yang sangat kreatif mengajak seluruh masyarakat Bandung khususnya anak muda untuk ikut berpartisipasi dalam menjaga dan membangun kembali seluruh infrastruktur kota Bandung menjadi seasri dan seindah mungkin dengan bantuan media sosial sebagai alat komunikasi dua arah antara seorang pemimpin dan rakyatnya. Sehingga tercapai satu cita-cita yang sama dan selaras dengan seluruh warga Bandung agar kota Bandung makin maju. Ridwan Kamil selaku pejabat publik sadar betul akan banyaknya manfaat menerapkan paguyuban komunikasi dengan lingkungannya melalui teknologi digital bernama media sosial. Oleh karena itu beliau selalu mengajak masyarakat Bandung untuk bersama-sama membangun kota kelahirannya melalui fasilitas komunikasi tersebut agar terjadi satu kesatuan yg solid antara pemerintah dan rakyat Bandung dalam menghadapi dan menyelesaikan berbagai macam masalah yang menghinggapi kota Bandung.

Dalam melakukan aktivitasnya di media sosial, Ridwan Kamil memanfaatkan beberapa situs media jejaring sosial namun peneliti akan lebih fokus pada tiga media sosial yang sudah tidak asing lagi yaitu *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Dua diantara ketiga media sosial tersebut dikelola sendiri oleh Ridwan Kamil yaitu *twitter* dan *instagram*, sedangkan *facebook* dikelola oleh seorang admin yang ditunjuk langsung oleh walikota Bandung ini. Ketiga media sosial ini memiliki fungsi masing-masing bagi Ridwan Kamil, dimana ketiga media sosial tersebut dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Pada dasarnya, bukan rahasia umum lagi bahwa banyak manfaat yang bisa diraih dari penggunaan media sosial apalagi jika penggunaannya diarahkan ke hal-hal yg positif. Namun sebaliknya juga banyak juga dampak negatif dari penggunaan media sosial. Adalah tantangan sekarang dan berikutnya bagi seorang Ridwan Kamil yakni mencari, mengajarkan, dan mengukuhkan kebijakan dan kebijakan dalam *internet crowd* ini. Yang pertama, terkait tauladan dalam kemampuan interaksi (*soft skill*) sama baiknya di dunia maya maupun dunia nyata. Kedua, terus mengajak *netizen* (pengguna internet termasuk didalamnya media sosial) untuk mengagregasi informasi (konfirmasi, klarifikasi, mencari data pembandingan, dan seterusnya) yang muncul, sehingga masyarakat cerdas mencerna informasi atau opini yang terlanjur beredar.

Nantinya dalam penelitian ini, peneliti akan mengupas lebih lanjut seluk beluk manfaat media sosial jika digunakan dengan cerdas dan tepat sasaran didalam suatu sistem pemerintahan publik di suatu daerah guna meningkatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat umum. Dalam hal ini, subjek pengelola ketiga media jejaring sosial tersebut yang peneliti pilih adalah Walikota Bandung yang saat ini menjabat, Ridwan Kamil. Seperti yang telah peneliti jelaskan diatas bahwa bukan rahasia umum lagi jika Ridwan Kamil selaku walikota Bandung sangat terkenal memanfaatkan media jejaring sosial dalam membantu kinerjanya melayani segala kebutuhan masyarakat kota Bandung dan juga agar dapat lebih dekat berkomunikasi tanpa sekat serta langsung mendengarkan suara-suara masyarakat Bandung sehingga kota Bandung lebih maju. Hal ini menjadi suatu cara yang inovatif dan contoh unik bagi pejabat daerah lainnya dalam sistem pemerintahan dan Ridwan Kamil adalah salah satu pejabat daerah yang jarang kita jumpai memelopori metode ini dalam kekuasaan dan kepemimpinannya.

Berdasarkan hal di atas peneliti ingin mengkaji lebih jauh bagaimana peran media jejaring sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* dalam aktivitas komunikasi pemerintahan Ridwan Kamil guna berkomunikasi serta mengeluarkan berbagai kebijakan yang berhubungan dengan masyarakat Bandung. Oleh karena itu peneliti sangat tertarik memilih judul ini yaitu “Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*”.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi

Sebagaimana makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahunimemaksamanusiaperluberkomunikasi. Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antarsesama manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2014:21-22).

Oleh karena itu, jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Rudolf F Verderber mengemukakan bahwa komunikasi itu memiliki dua fungsi. Pertama, fungsi sosial yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan ini dibuat sendiri, dan sebagian lagi dibuat setelah berkonsultasi dengan yang lain. Sebagian emosional, sebagian penuh pertimbangan yang matang (dalam Mulyana, 2010:5).

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa dengan berkomunikasi kita dapat memperoleh kesenangan pada saat kita menjalin hubungan sosial dengan orang lain, serta dengan berkomunikasi juga pelaku komunikasi dapat dengan mudah melakukan pengambilan keputusan baik itu keputusan yang dibuat oleh dirinya sendiri ataupun dari pihak lain.

Komunikasi Pemerintahan

Pengertian “komunikasi pemerintahan” dalam arti menggabungkan kedua maknaya yaitu “komunikasi” dan “pemerintahan” maka pengertian komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Hasan, 2005: 95).

Arti dari komunikasi pemerintahan di sini adalah pemerintah dalam hal ini dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi yang demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Dalam komunikasi, komunikator merupakan salah satu faktor yang menentukan efektivitas komunikasi. Beberapa studi mengidentifikasi sejumlah karakteristik yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain. Ada empat komponen yang harus ada pada komunikator menurut Djamaluddin yaitu :

1. Kredibilitas sumber mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki keahlian dan dipercaya. Semakin ahli dan dipercaya sumber informasi semakin efektif pesan yang disampaikan.
2. Daya tarik seorang komunikator bisa terjadi karena penampilan fisik, gaya bicara, sifat pribadi, keakraban, kinerja, keterampilan komunikasi dan perilakunya.
3. Sumber disukai oleh masyarakat bisa jadi karena sumber tersebut mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan.

2. Teori Kepemimpinan Humanistik/Populistik

Teori kepemimpinan humanistik dipelopori oleh Blake dan Mouton, Rensis Likert dan Douglas McGregor. Secara umum teori ini berpendapat bahwa secara alamiah manusia merupakan “motivated organism”. Fungsi kepemimpinan menurut teori ini ialah merealisasikan kebebasan manusia dan memenuhi segenap kebutuhan insani, yang dicapai melalui interaksi pemimpin dengan rakyat. Untuk melakukan hal ini perlu adanya organisasi yang baik dan pemimpin yang baik, yang mau memperhatikan kepentingan dan kebutuhan rakyat. Organisasi tersebut juga berperan sebagai sarana untuk melakukan kontrol sosial, agar pemerintah melakukan

fungsinya dengan baik, serta memperhatikan kemampuan dan potensi rakyat. Semua itu dapat dilakukan melalui interaksi dan kerja sama yang baik antara pemerintah dan rakyat, dengan memperhatikan kepentingan masing-masing.

Pada teori ini ada tiga variabel pokok, yaitu:

1. Kepemimpinan yang cocok dan memperhatikan hati nurani rakyat dengan segenap harapan, kebutuhan, dan kemampuannya.
2. Organisasi yang disusun dengan baik, agar bisa relevan dengan kepentingan rakyat yang disamping kebutuhan pemerintah.
3. Interaksi yang akrab dan harmonis antara pemerintah dan rakyat, untuk menggalang persatuan dan kesatuan/*cohesiveness* serta hidup damai bersama-sama.

Fokus dari teori ini ialah rakyat dengan segenap harapan dan kebutuhan harus diperhatikan dan pemerintah mau mendengar suara hati nurani rakyat, agar tercapai negara yang makmur, adil, dan sejahtera bagi setiap warga negara dan individu (dalam Kartono, 2006: 72-80)

3. Teori New Media (Digital)

Teori *new media* atau media baru merupakan salah satu dari dua teori media setelah teori media klasik yang dikembangkan oleh beberapa ilmuwan seperti Marshall McLuhan dan Dennis McQuail. Nama pertama mungkin yang paling terkenal dalam menarik perhatian dengan gagasan-gagasan uniknya tentang pentingnya media sebagai media. Pemikiran dasar McLuhan tentang media yang mengejutkan dan mendapat banyak kritik dari para ilmuwan bahwa media elektronik atau teknologi komunikasi yang manusia gunakan dapat mempengaruhi dan mengubah penggunanya. Pemikiran ini disebut “teori media”. Televisi memengaruhi kita, terlepas dari apa yang kita tonton. Media pribadi (misalnya *iPod*) mengubah selera masyarakat, terlepas dari pilihan lagu yang dibuat penggunanya. Dunia maya memengaruhi masyarakat terlepas dari situs yang orang kunjungi. Dari gagasan inilah lahir teori *new media* yang diaplikasikan dalam bentuk teknologi komunikasi bernama “internet” (Littlejohn, 2009: 410).

Konsep pemikiran yang dihasilkan McLuhan dalam teori *new media* ini adalah ‘desa global’ (*global village*) dan ‘media sebagai perpanjangan manusia’. Banyak konsep yang tetap bertahan sejak kematian McLuhan pada tahun 1980 dan menjadi warisannya. Tidak ada yang lebih banyak dikutip melebihi “desa global”, artinya bahwa media baru akan memungkinkan orang untuk terlibat lebih banyak dalam kehidupan orang lain. Kehadiran *new media* dapat membuat sebuah proses komunikasi menjadi global, sehingga menyebabkan mengapa dunia saat ini seperti yang disebut McLuhan dengan *Global Village*. Pesan McLuhan disini adalah teknologi komunikasi tidak hanya menghantarkan atau mentransmisikan informasi, teknologi komunikasi mengubah relasi antara manusia dan dunia mereka secara fundamental, mendorong kita untuk membentuk makna baru untuk segala hal yang kita temui dengan dan melalui media seperti halnya dalam media baru atau *new media* (Baran, 2012: 406).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil temuan yang peneliti dapatkan dari *key informan* di lapangan, peneliti menemukan bahwa Ridwan Kamil sudah menggunakan Media Sosial sejak tahun 2008 dan ada beberapa media sosial yang beliau gunakan hingga hari ini. Beberapa media sosial tersebut sangat sering beliau gunakan yaitu Facebook, Twitter dan Instagram. Awal mula Ridwan Kamil bersentuhan dengan Media Sosial adalah

tahun 2008, yang pada waktu itu beliau mendaftarkan akun facebook dengan nama “Ridwan Kamil”. Namun pada sekitar tahun 2010, akunn *facebook* beliau terkena *hack* oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Selanjutnya beliau membuat akun *facebook* baru dengan nama “M.Ridwan Kamil. Dalam akun ini beliau tidak terlalu aktif *posting* status atau mengunggah foto. kebanyakan *postingannya* adalah *posting* otomatis dari *twitter*. Pada saat Ridwan Kamil mengikuti pertarungan untuk perebutan kursi walikota pada tahun 2013 yang kemudian beliau menangi, Ridwan Kamil juga membuat akun “Ridwan Kamil Untuk Bandung” yang saat ini telah berganti nama menjadi “Ridwan Kamil”.

Dalam perjalanannya setelah akun *facebook* ini dibuat, ternyata akun ini lebih aktif dan dinamis ketimbang akun pribadi beliau “M.Ridwan Kamil”. Selain selalu *update*, setiap *postingan* di akun ini juga tidak hanya berisi *update* status terbaru, tetapi juga dilengkapi dengan foto-foto dan video berbagai kegiatan beliau sebagai walikota yang beliau unggah. Terhitung sejak 1 Februari 2016, *fanspage* Ridwan Kamil telah disukai (*like*) oleh 1 setengah juta lebih orang atau lebih tepatnya 1.590.417 orang. Dalam akun ini, terdapat berbagai *postingan* tentang program-program pemerintah kota Bandung, ajakan-ajakan beliau kepada warga untuk turut menjaga kota Bandung dan turut bersama-sama menjadi bagian dari perubahan kota Bandung yang terjadi.

Sedangkan untuk media sosial *Twitter*, seperti yang dikemukakan diatas, Ridwan Kamil mulai menggunakan *twitter* pada tahun 2009 dengan nama akun @ridwankamil. Ini adalah aplikasi media sosial yang paling sering digunakan oleh walikota yang akrab disapa Kang Emil ini untuk berkomunikasi secara dua arah dengan warga kota Bandung. Media Sosial ini hanya bisa meng-*update* status bernama *tweet* berjumlah 140 karakter. Secara tidak langsung, *twitter* melatih Ridwan Kamil untuk kreatif dalam berkomunikasi dengan warga kota Bandung. Hal ini cukup efektif karena jangkauan pembaca atau masyarakat yang dicapainya sangat luas dan disaat bersamaan juga pengaruh dari popularitas media sosial ini yang sangat mendunia termasuk Indonesia.

Berbeda dengan pejabat publik kebanyakan, Ridwan Kamil menjadi figur pelopor bagaimana memanfaatkan linimasa dunia mayaini untuk membuka ruang komunikasi yang nyata tanpa batas dan sekat birokrasi pelik antara Ridwan Kamil dan jajarannya selaku pemerintah kota dengan warga kota bandung yang dipimpinnnya. Bahkan dari media sosial *twitter* inilah lahir berbagai kebijakan unik dalam teknologi informasi yang membantu Ridwan Kamil untuk berkolaborasi dengan berbagai golongan dalam membangun kota Bandung. salah satunya adalah meningkatkan indeks kebahagiaan warga bandung serta menyelesaikan berbagai masalah lain khas kota *urban* yang selama ini menghimpit kota Bandung. Tercatat hingga saat ini 1 Februari 2016, akun @ridwankamil memiliki 1,28 milyar *follower* dengan hasil *postingan tweet* sebanyak 39.100 *tweets*.

Tidak berhenti di dua media sosial *facebook* dan *twitter* saja, Ridwan Kamil juga memiliki media aktivitas komunikasi lain di dunia maya yaitu *Instagram*. Media sosial ini memungkinkan penggunaanya berbagi foto dan video pendek ke dalamnya agar dapat dilihat oleh *follower*. Ridwan Kamil aktif menggunakan linimasa ini untuk mengunggah foto-foto beliau. Kebanyakan foto-foto yang diunggahnya ke *instagram* adalah foto-foto pribadi dan hasil *jepretan* dengan kamera Canon EOS Mark II, kemudian foto-foto kegiatan beliau sebagai wali kota yang diabadikan stafnya atau pun foto-foto kebersamaan beliau dengan keluarga baik istri dan anak-anaknya.

Penggunaan media sosial ini bersifat untuk lebih mengenalkan sisi lain kehidupan pribadi dari seorang wali kota yang terkadang memiliki sifat manusiawi untuk lebih dikenal dan mempunyai emosi normal terhadap sesuatu hal yang beliau kerjakan. Banyak juga hasil karya fotografi Ridwan Kamil yang diunggah ke *instagram*. Selain itu berbagai dokumentasi foto-foto penghargaan individual dan penghargaan untuk kota Bandung yang Ridwan Kamil raih juga diposting di media sosial ini. Akun *instagram* milik Ridwan Kamil bernama @ridwankamil, hingga 1 Februari 2016 telah memiliki *follower* sebanyak 2,4 milyar orang dengan 2.650 unggahan baik foto-foto maupun video-video pendek.

Melalui media sosial lah (terutama ke-3 media sosial *facebook*, *twitter*, dan *instagram* yang paling sering digunakan), wali kota Bandung Ridwan Kamil berbagi informasi, komunikasi, dan kebahagiaan dengan warga kota yang dipimpinnya. Kebahagiaan yang sederhana saja melihat seorang pemimpin yang kerap disegani dan dihormati sangat terbuka memanfaatkan media sosial yang melekat dengan semua lapisan masyarakat tersebut untuk menjamin berjalannya fungsi pemerintahan serta berusaha untuk berkomunikasi langsung dengan mereka sehingga mereka merasa sangat dekat dan mengenal dengan baik sosok pemimpin mereka.

Seperti yang dikemukakan Hasan (2010) dalam bukunya *Komunikasi Pemerintahan*, “Esensi komunikasi pemerintahan adalah menjamin berjalannya fungsi pemerintahan melalui keterampilan berkomunikasi, terkait kepentingan masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidup sebaik-baiknya dengan tidak merugikan pihak mana pun. Dalam kondisi demikian, komunikasi pemerintahan menjadi sesuatu keniscayaan agar arus informasi, media komunikasi, dan perubahan sosial yang terjadi dapat memberikan nilai manfaat serta berkolerasi signifikan dalam penyelenggaraan pemerintahan.

Dalam penelitian ini juga, peneliti menemukan bahwa ketika proses beliau bermedia sosial sebagai seorang wali kota muncul sebuah pertanyaan yang menarik tentang kapan dan disaat bagaimana Ridwan Kamil memiliki waktu untuk melakukan hobinya tersebut? Mengingat sebagai pemimpin daerah dengan agenda kerja yang sangat padat setiap hari mengurus semua kebutuhan dan masalah kota Bandung.

Berdasarkan wawancara, beliau mengatakan bahwa, “Saya pake sosial media biasanya kalau pas momen “me time”, misalnya ngetweet kalau lagi dimobil, break kegiatan atau pas mau tidur”. Dari pernyataan beliau dapat disimpulkan bahwa disela-sela kesibukan Ridwan Kamil yang sangat padat dengan agenda kerja pemerintahan, Ridwan Kamil menggunakan media sosial seperti *twitter* ketika beliau sedang istirahat suatu kegiatan, di mobil dalam perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain atau ketika beliau ingin istirahat untuk tidur. Ridwan Kamil mengakui, baginya *twitter* juga sebagai media hiburan bagi beliau dan sarana melepas stres setelah bekerja. Beliau juga terkadang menyempatkan untuk membalas *tweet* dari para *followernya* dengan cara bercanda agar terkesan tidak terlalu kaku. Hal ini dapat terlihat dari *tweet-tweet* beliau berikut.

D. Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti menemukan fakta mengenai sebab mengapa Ridwan Kamil menggunakan media sosial *facebook*, *twitter* dan *instagram* dalam aktivitas komunikasi pemerintahannya. Terdapat 2 (dua) sebab, pertama diungkapkan bahwa Ridwan Kamil memiliki mimpi untuk memberi dan berbagi sebanyak mungkin manfaat bagi masyarakat Bandung dari apa yang beliau miliki yaitu media sosial

disertai jaringan kreatifnya dan kekuasaan formal sebagai wali kota Bandung. Alasan kedua yang dikemukakan ridwan lebih bersifat pribadi karena merupakan hasil refleksi dari kepercayaan spiritual yang dipercaya oleh beliau.

Pada penelitian ini, peneliti juga menemukan hasil penelitian mengenai peran ketiga media sosial yang digunakan Ridwan Kamil. Ternyata ketiga media sosial tersebut memiliki satu peran yang istimewa dalam komunikasi pemerintahan yang dijalankan Ridwan Kamil beserta jajaran Pemkot Bandung yaitu memperpendek dan mempermudah alur birokrasi pemerintah yang selama ini biasanya lamban dan berbelit-belit sehingga alur komunikasi berjalan tanpa ada lagi sekat dan pembatas yang terkadang menyulitkan masyarakat untuk lebih di dengarkan oleh pemimpin dan pemerintah mengenai aspirasi dan kebutuhannya.

Berdasarkan hasil analisis diatas mengenai manfaat ketiga media sosial yang digunakan Ridwan Kamil, peneliti menemukan hasil bahwa manfaat yang sebenarnya diperoleh adalah Ridwan Kamil selaku wali kota Bandung telah memperbaiki kualitas pelayanan komunikasi pemerintah daerah yang dipimpinnya sehingga beliau telah mensinergikan jaringan kreatifnya dan mengajak rakyat bersama-sama membangun kota Bandung dan menyelesaikan satu-persatu masalah-masalah kota yang dialami oleh masyarakat Bandung sendiri.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada.
- Hasan, Erlina. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrajit, Richardus. 2002. *Electronic Government*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Junaedi, Fajar dkk. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Aspikom
- Kamil, Ridwan. 2014. *#Tetot*. Bandung: Sygma Creative Media Corp.
- Kartono, Kartini. 2011. *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal itu?*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison, Andy Chorry Wardani dan Farid Hamid. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thoha, Miftah. 2001. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persana.

Sumber lain:

- <http://media.kompasiana.com> dikutip tgl 10 February 2015, pukul 15.00 WIB
- <http://chip.co.id> (dikutip tanggal 10 Januari 2016, pukul 22.10 WIB)
- <https://bandungcreativecityforum.wordpress.com/about/> (dikutip tanggal 10 Januari 2016, pukul 23.30 WIB)