

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet telah digunakan oleh banyak orang dari bermacam-macam kalangan tanpa adanya batasan usia, tingkat pendidikan, latar belakang secara geografis, pekerjaan, ataupun batasan lainnya. Sampai dengan kuartar kedua tahun 2020, terdapat 196.000.000 orang yang telah menggunakan internet. Di samping itu, diperkirakan bahwa jumlah ini akan semakin mengalami kenaikan ke depannya (APJII, 2020). Sebagian besar masyarakat Indonesia memanfaatkan internet sebagai alat yang membantu mereka untuk berkomunikasi dengan orang lain. Data APJII menunjukkan bahwa lebih dari 80% internet dimanfaatkan untuk mengakses sosial media dan aplikasi pesan. Era digital akhirnya mengiringi kehidupan masyarakat. Masyarakat era digital diartikan sebagai masyarakat yang mampu menggunakan TIK sebagai bagian dari keseharian.



Gambar 1.1. Alasan utama menggunakan internet
Sumber : APJII, 2021

TIK menciptakan banyak perubahan di kehidupan masyarakat. Teknologi memungkinkan proses transmisi informasi dengan cepat dan efektif. Saat ini, kemudahan mendapatkan informasi melalui internet, televisi, dan radio meningkatkan peluang masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan di dunia luar. Shaleh dan Furrie (2020) menyatakan bahwa internet sebagai *new media* dalam perkembangan TIK. *New media* diartikan sebagai teknologi berbasis internet yang digunakan dalam melakukan komunikasi publik, penggunaan internet mempermudah proses perbanyakan informasi. Komunikasi menjadi bagian terpenting dan tak terpisahkan di masyarakat terutama seiring perkembangan zaman dalam kegiatan yang dilakukan seseorang, institusi, dan komunitas adalah komunikasi. Melihat perkembangan informasi dan komunikasi yang bergerak sangat cepat, semakin memudahkan pengguna atau masyarakat dalam melakukan kegiatan berkomunikasi. Kemudahan tersebut membuat berbagai masyarakat di seluruh dunia mudah dalam berinteraksi menggunakan teknologi dan internet sehingga terbentuknya situs jejaring sosial atau pengguna media sosial (Yanti & Mustikarini, 2018).

Berbagai informasi, pendapat, ataupun minat dapat dibagikan dengan mudah kepada publik melalui media sosial. Hal tersebut dikarenakan media sosial bersifat terbuka dan tidak sulit untuk diakses. Informasi yang ingin dicari pun bisa didapatkan dengan mudah (Hajati, Perbasari, & Hafiar, 2018). Kebutuhan seseorang juga dapat dipenuhi atau diperoleh melalui media sosial. Jenis-jenis kebutuhan tersebut sebagai berikut (Prihatiningsih, 2017):

- 1) Kebutuhan kognitif, yakni diperlukan agar pengetahuan atau wawasan seseorang bisa bertambah.
- 2) Kebutuhan afektif, yakni kebutuhan yang terkait dengan hal-hal yang dapat memunculkan rasa senang.
- 3) Kebutuhan integrasi personal, yakni terkait dengan kebutuhan personal, contohnya kepercayaan, kestabilan, dan kedudukan seseorang.
- 4) Kebutuhan integrasi sosial, yakni terkait dengan hal-hal yang dapat memperkuat kehidupan sosial.

5) Kebutuhan untuk mendapatkan hiburan guna mengalihkan seseorang dari kejenuhan.

Facebook, Twitter, dan Instagram merupakan beberapa contoh dari media sosial yang sering digunakan untuk mendukung pemenuhan kebutuhan khalayak dalam berkomunikasi. Pihak yang mengelola media sosial harus mengetahui *trend* yang sedang populer. Dalam menjalankan strategi, pengelola juga harus mempertimbangkan keterlibatan publik. Berdasarkan data yang ditunjukkan oleh *We Are Social* (2022), Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai jumlah pengguna Instagram paling banyak di dunia. Instagram adalah media sosial yang menyediakan sejumlah fitur menarik. Namun fitur yang paling diandalkan adalah fitur yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto ataupun video yang ada dalam ponsel mereka. Mereka juga dapat mengunggah hasil rekayasa grafis. Namun mereka tentunya harus membuat akun terlebih dahulu di Instagram sebelum mengunggah foto atau video yang dapat dilihat oleh para *followers* mereka (Prihatiningsih, 2017).



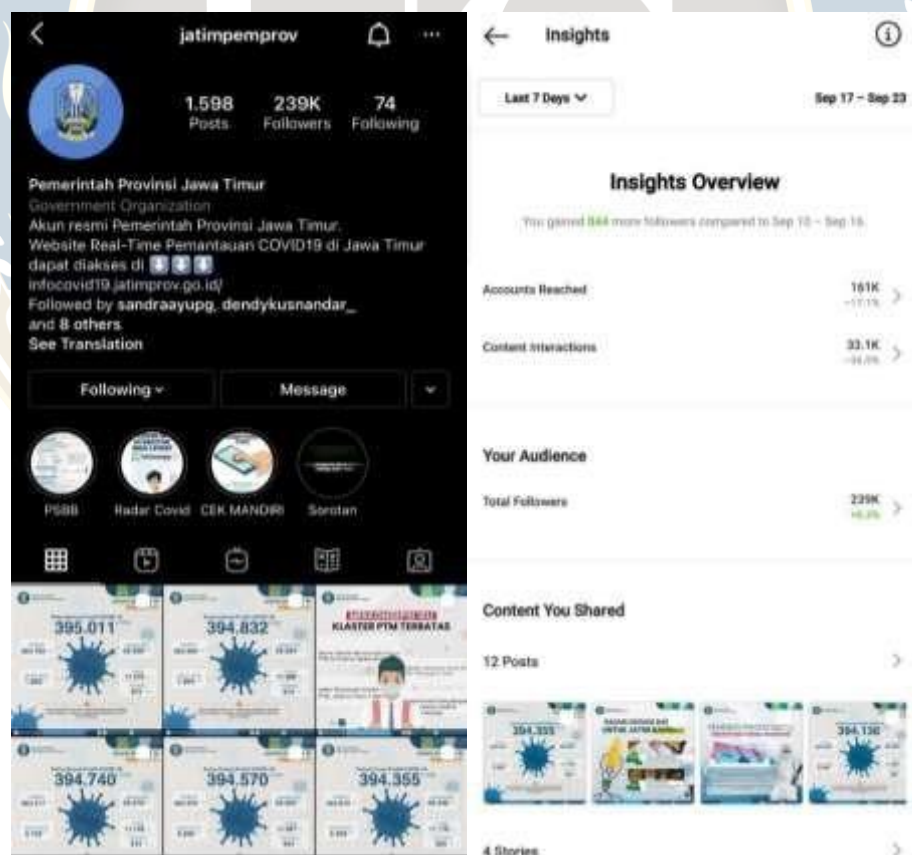
Gambar 1.2. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia
Sumber : We Are Social, 2022

Informasi yang disajikan secara visual, contohnya melalui foto atau video singkat, dapat dengan mudah disebarkan melalui Instagram. Konten yang ditampilkan secara visual pun dapat menarik perhatian pengguna Instagram jika dibandingkan dengan konten yang hanya menampilkan narasi teks atau video yang durasinya lama. Oleh karena itu, pemerintah semestinya mampu memanfaatkan peluang tersebut. Peluang di sini mengacu pada pemanfaatan media sosial oleh lembaga pemerintah dalam berinteraksi dengan publik (DJIKP, 2018). Terdapat beragam produk yang dimiliki pemerintah berupa program, kebijakan, capaian, dan beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk menghimpun informasi tentang harapan yang dicita-citakan masyarakat, termasuk kritik dan saran (Kurniasih, 2013). Media sosial juga berperan sebagai inovasi tata kelola pemerintahan yang mengikuti *trend* dan TIK yang sedang berkembang. Selain itu, dengan adanya media sosial, lembaga pemerintahan dapat menggunakannya untuk meningkatkan keefektifan lembaga sehingga dapat dipercayai masyarakat (DJIKP, 2018).

Media sosial mempunyai kemampuan yang unggul dalam menghubungkan publik untuk berinteraksi. Media sosial juga dapat diakses dengan mudah dan mendorong keterbukaan pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada publik. Pemerintahan terbuka bisa diwujudkan dengan cara memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mengemukakan pendapatnya. Melalui hal tersebut pemerintah membentuk sebuah lembaga yakni salah satunya Dinas Kominfo yang berperan sebagai pihak yang menginformasikan mengenai lembaga pemerintahan harus berkemampuan dalam meng-*handle* media sosial dan memaksimalkan keefektifannya dalam mengelola sumber informasi dan saluran komunikasi. Hal ini dilakukan agar informasi yang disampaikan tepat sasaran (Kurniasih, 2013).

Salah satu lembaga pemerintahan yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur (Diskominfo Jatim) yang berdiri sejak tahun 2011, yaitu terbentuk berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 55 Tahun 2011 tentang Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). PPID berwenang dalam menyusun kebijakan, koordinasi, dan pelaksanaan kebijakan salah satunya dengan meningkatkan layanan informasi bagi publik. Selanjutnya pada cakupan tersebut, Dinas Kominfo Jatim memanfaatkan Instagram untuk membantu dalam

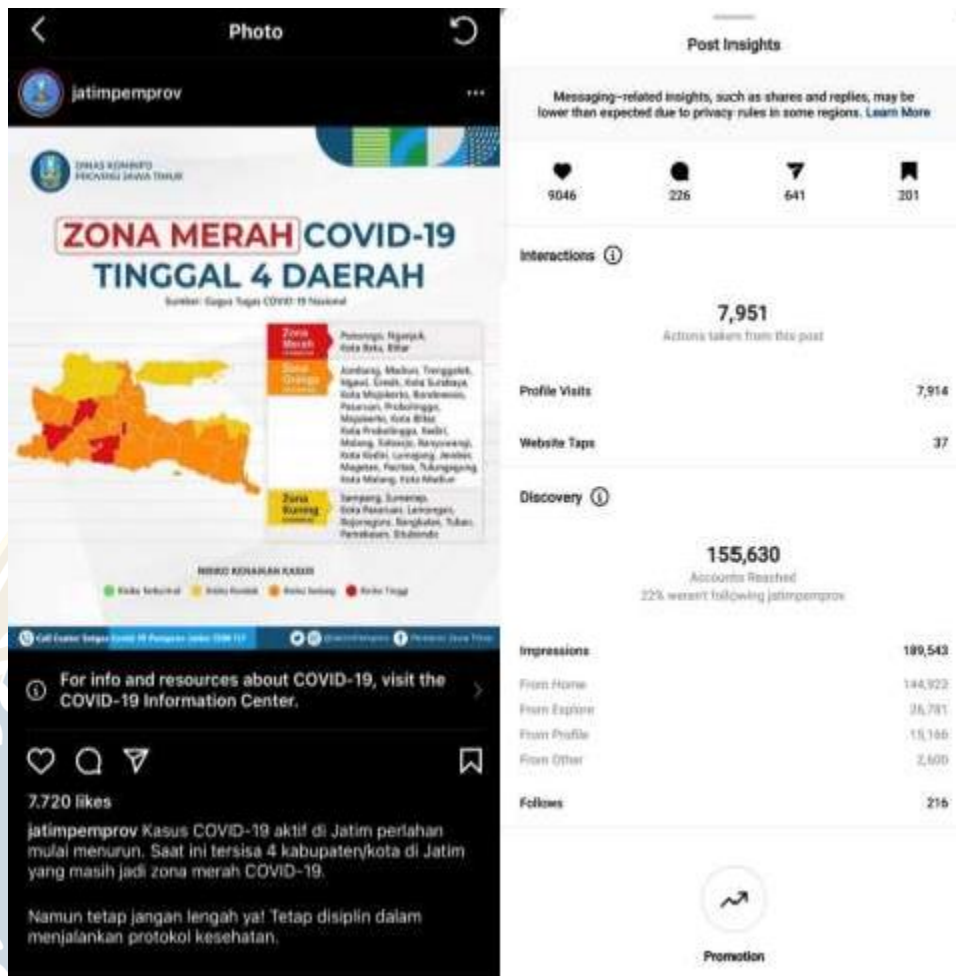
penyebarluasan informasi secara efisien. Akun Instagram yang dimiliki Diskominfo Jatim telah terdaftar sejak Februari 2019 dengan nama pengguna @jatimpemprov. Dipilihnya Instagram sebagai media yang menunjang komunikasi dan penyebaran informasi merupakan langkah yang tepat. Hal ini dikarenakan Instagram menempati posisi tiga besar media sosial yang aksesnya paling banyak (Dahono, 2020). Disamping media sosial Instagram yang dikelola oleh Dinas Kominfo Jawa Timur, terdapat kurang lebih 239.000 orang yang telah menjadi *followers* @jatimpemprov. Diskominfo Jatim menggunakan Instagram untuk beberapa tujuan berikut: mengabarkan masyarakat mengenai informasi terbaru terkait dengan program pemerintah; memberi imbauan kepada masyarakat; dan menyebarkan informasi tentang upaya yang harus dilakukan untuk mewaspadai serta tidak mempercayai *hoax* (berita bohong). Menentukan konten atau informasi yang layak dibagikan kepada masyarakat sebagai salah satu hal yang difokuskan dalam pengelolaan Instagram @jatimpemprov.



Gambar 1. 3. Akun Instagram @jatimpemprov dan *Insights* 17 Sept-23 Sept
Sumber: Instagram @jatimpemprov, 2021

Konten yang dibagikan kepada masyarakat akan tersampaikan dengan baik dan sesuai sasaran apabila dilakukan secara optimal. Selain itu, evaluasi atau penilaian terhadap kinerja akun harus dilakukan secara teratur sehingga masyarakat tetap tertarik untuk menantikan berita terbaru dari akun tersebut. Sasaran utama akun ini adalah para generasi muda dan golongan *digital native* (golongan usia yang sudah biasa memakai teknologi). Hal ini dikarenakan kedua golongan ini benar-benar aktif menggunakan Instagram. Namun demikian, perlu diingat bahwa strategi dan penyampaian yang tepat merupakan dua poin yang harus diutamakan agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik dan efektif (Hajati, Perbasari & Hafiar, 2018). Persoalan yang dihadapi saat ini adalah mengenai tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang tidak diimbangi dengan keaktifan pengguna untuk ikut serta dalam berinteraksi dengan media sosial yang dikelola pemerintah. Selain itu, @jatimpemprov dihadapkan pada sebuah tantangan, yaitu akun Instagram yang dikelolanya harus selalu mampu menyediakan konten informasi dan harus dapat memunculkan interaksi yang lebih banyak.

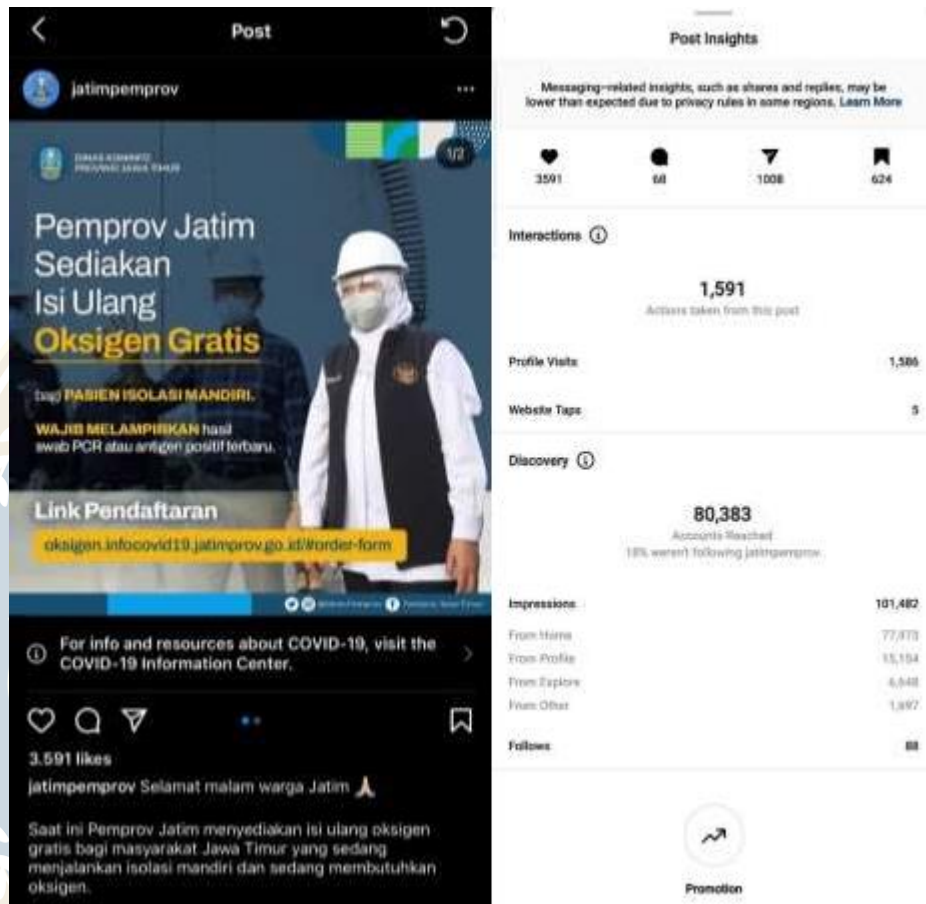
Berbagai macam jenis konten yang beragam, akun @jatimpemprov memiliki *insights* guna menganalisis data pada penggunaan Instagram. Peneliti mencantumkan *insights* akun @jatimpemprov pada tanggal 17 September hingga 23 September 2021 atau dalam kurun waktu 7 hari ke belakang untuk melihat *account reached* berisi jumlah akun pengguna yang mengunjungi akun @jatimpemprov sebesar 161.000 akun, menurun sebesar 17.1%. Kemudian total *followers* sebagai pengikut akun @jatimpemprov bertambah sebesar 0.3% dengan total 239.000 *followers*. Melihat data melalui *insights* tersebut, *insights* menyediakan perolehan data pada setiap unggahan. Setiap unggahan yang diunggah bersifat informasi umum, edukasi, penghargaan, maupun ucapan.



Gambar 1.4. Unggahan Informasi Zona Merah Jatim dan *Insights*
 Sumber: Instagram @jatimpemprov, 2021

Salah satu unggahan diatas bersifat informasi umum yang dikelola oleh Instagram @jatimpemprov. Pada unggahan tersebut berisi informasi zona merah untuk masyarakat di titik lokasi daerah yang berada di Jawa Timur. Unggahan tersebut yang mencapai *impression* sebanyak 189.543 akun yang melihat dan *account reached* sebanyak 115.630 akun. Sehingga presentase jumlah pengikut yang melihat unggahan tersebut sebesar 48,38% dari keseluruhan total pengikut 239.000 *followers* akun Instagram @jatimpemprov. *Impression* menandakan bahwa jumlah total berapa kali unggahan itu dilihat oleh pengguna sebagai *followers* atau bukan *followers* Instagram @jatimpemprov. Selanjutnya *reach* menandakan jumlah pengguna akun yang melihat unggahan tersebut. Pada umumnya isi konten pada akun Instagram @jatimpemprov bersifat informasi,

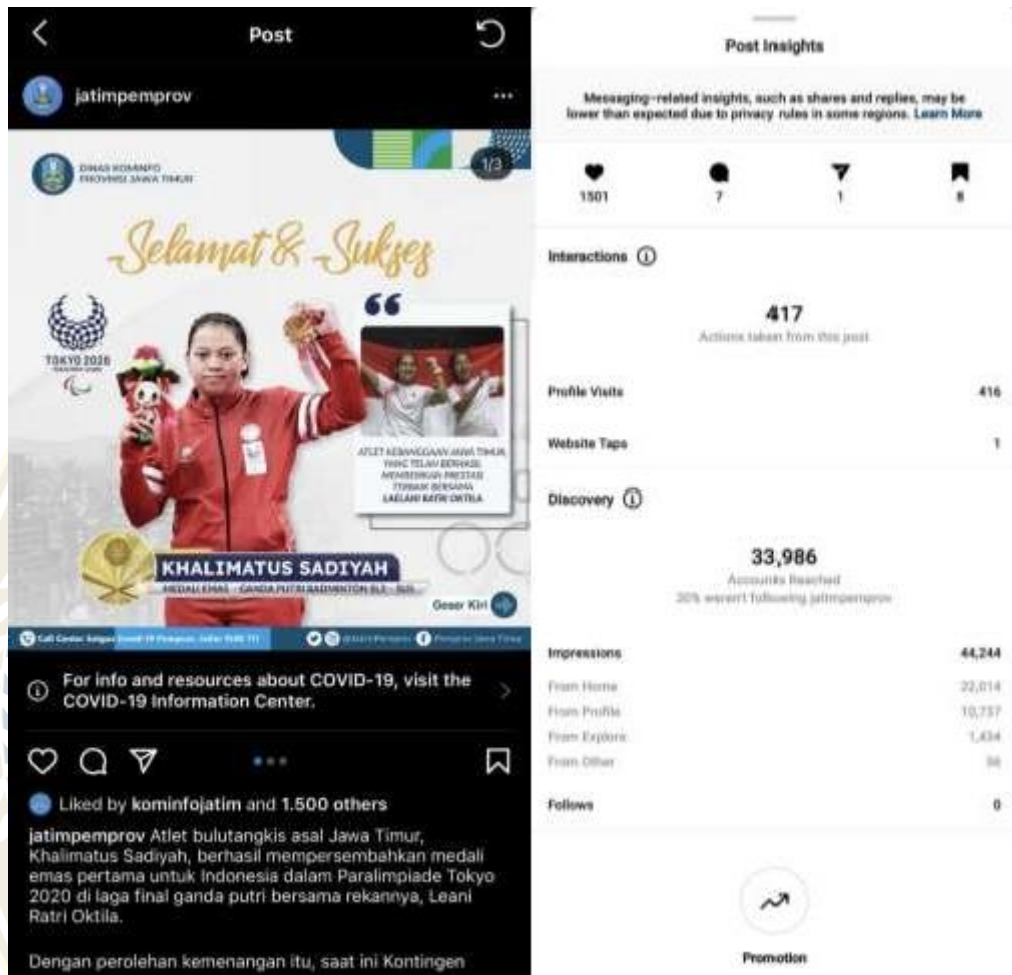
sosialisasi, program, apresiasi, ucapan, dan berbagai lainnya untuk disampaikan kepada khalayak masyarakat. Contoh unggahan yang bersifat program Pemprov Jatim yakni program bantuan oksigen gratis untuk masyarakat Jatim.



Gambar 1.5. Unggahan Program Bantuan Oksigen Gratis dan *Insights* Sumber: Instagram @jatimpemprov, 2021

Berdasarkan data *insights* unggahan program bantuan tentang Pemprov Jatim menyediakan isi ulang oksigen gratis. Hal ini memperoleh respon baik dari pengguna sebagai *followers* atau bukan *followers* yang dapat dilihat dari impression sebanyak 101.482 akun yang melihat dan *account reached* sebesar 80.383. Serta respon pengguna Instagram dimana terdapat *likes* 3.591; komen 68; *share* 1.008; dan konten yang disimpan 624. Presentase jumlah pengikut yang melihat unggahan tersebut sebesar 33,63% dari keseluruhan total pengikut 239.000 *followers* akun Instagram @jatimpemprov. Selanjutnya salah satu konten yang bersifat apresiasi terhadap salah satu warga Jatim yakni seorang atlet yang berasal dari Jatim. Hal ini

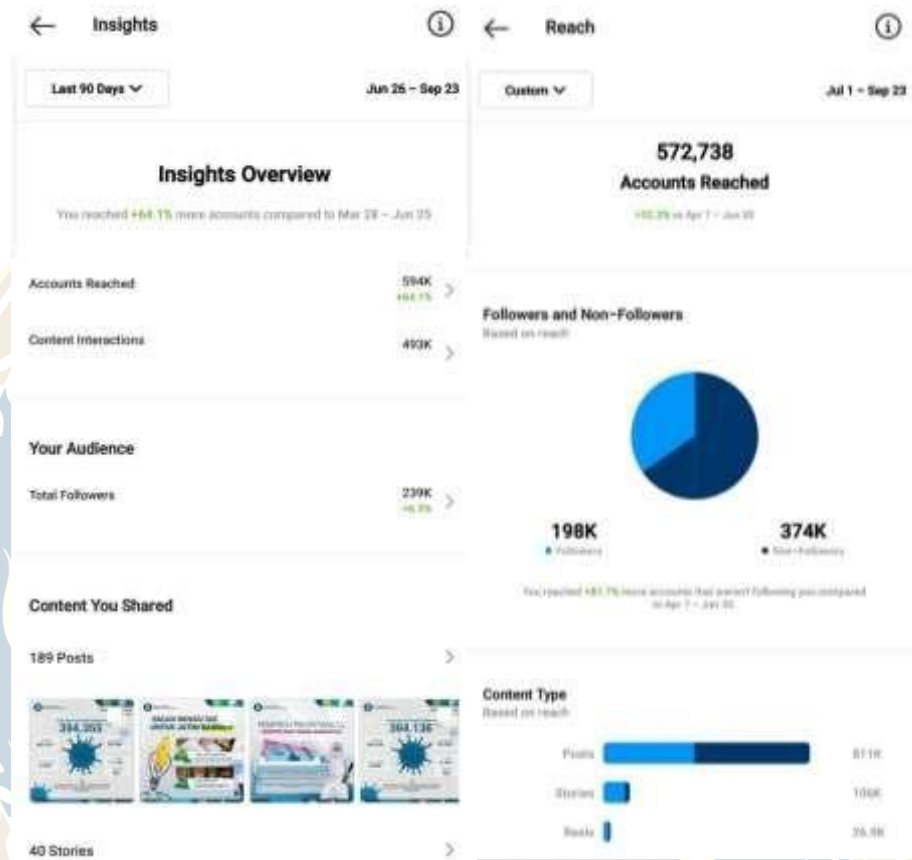
menjadikan Pemprov Jatim tidak hanya berfokus pada informasi, program saja namun kepedulian dan rasa hormat terhadap warganya juga.



Gambar 1. 6. Unggahan Apresiasi dan *Insights*
 Sumber: Instagram @jatimpemprov, 2021

Unggahan yang bersifat apresiasi pada akun Instagram @jatimpemprov tersebut sebagai perwujudan rasa kepedulian Pemprov Jatim dengan memperhatikan warga Jatim. Unggahan tersebut memperoleh data *insights* pada *impression* sebesar 44.244 dan *account reach* sebesar 33.986. Jika dihitung presentase jumlah *followers* yang melihat unggahan tersebut sebesar 14,22% dari keseluruhan jumlah total *followers* akun Instagram 239.000. Angka tersebut cukup besar dimana pada unggahan yang bersifat apresiasi mendapatkan respon tidak sedikit oleh para pengguna akun Instagram. Peneliti melihat aktivitas pada akun Instagram @jatimpemprov sebagai media sosial yang menjembatani masyarakat

dalam memperoleh informasi mengenai program pemerintah Jatim, isu, dan berita di wilayah Jatim dan sekitarnya. Penggunaan media sosial terutama Instagram oleh Pemerintah Daerah kini menjadi komunikasi publik yang dapat dijangkau masyarakat.



Gambar 1. 7 *Insights* 26 Juni-23 Sept. dan *Reach* 1 Juli-23 Sept. Sumber: Instagram @jatimpemprov, 2021

Akun Instagram @jatimpemprov pada setiap foto, video, ataupun siaran langsung yang diunggah memiliki tema berbeda yang dijelaskan menggunakan *caption* dan mencantumkan *hashtag* agar lebih mudah dicari oleh pengguna. Kemudian dalam menganalisis setiap unggahan tersebut menggunakan fitur yang dapat menganalisis dengan menyediakan data tentang demografi akun Instagram atau disebut Instagram *Insights*. Fitur *insights* kurun waktu 90 hari memperoleh *accounts reached* sebesar 64.1% dan mengalami kenaikan *followers* sebesar 6,5%. Sehingga secara keseluruhan total *followers* akun Instagram @jatimpemprov sebanyak 239.000 *followers* terakumulasi per tanggal 26 Juni 2021 hingga 23

September. Kemudian pada *reach* per tanggal 1 Juli hingga 23 September 2021 berdasarkan total keseluruhan pengunjung yang melihat konten akun Instagram @jatimpemprov dikategorikan sebagai *followers* sebanyak 198.000 dan *non-followers* sebanyak 374.000. Sehingga secara keseluruhan akun Instagram terus mengalami kenaikan hingga mencapai sebesar 81,7% respon pengunjung.

Pentingnya citra instansi pemerintah dapat ditunjukkan dengan kualitas unggahan yang bermutu dan terkini serta ditunjukkan oleh data respon pengunjung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan yang meliputi beragam tema dan kategori sifat unggahan yang diunggah akun Instagram @jatimpemprov serta perolehan data akun Instagram @jatimpemprov menunjukkan besar manfaat yang dirasakan dengan adanya akun ini. Sehingga masyarakat dalam memperoleh informasi, respon, serta program bantuan lebih cepat terhubung dan dukungan masyarakat menjadi lebih besar. Maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian dan analisa terhadap pengelolaan media sosial dalam upaya meningkatkan akun Instagram @jatimpemprov sebagai media sosial dalam berinteraksi kepada publik dan menjadi sumber informasi terkini para pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengelolaan media sosial akun Instagram @jatimpemprov oleh Dinas Kominfo Pemerintah Provinsi Jawa Timur?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan akun Instagram @jatimpemprov dalam memproduksi konten dan berupaya mendapatkan interaksi lebih dari pengikutnya sebagai informasi yang dibagikan kepada masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Praktis

Peneliti memiliki harapan dengan dilakukannya penelitian tentang pengelolaan akun Instagram @jatimpemprov dapat dijadikan salah satu evaluasi dari aktivitas pengelolaan selama ini.

2) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, informasi dalam penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran dalam pembaharuan komunikasi melalui media sosial terutama Instagram serta menambah pengetahuan dan wawasan yang di kaitkan dengan bidang kajian tambahan yaitu *public relations* di lembaga pemerintahan sebagai ilmu tambahan yang dapat dijadikan referensi bagi pembaca.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini disusun untuk membatasi kajian tentang konten Instagram @jatimpemprov yang sedang dalam pengembangan pengelolaan Instagram sebagai sumber informasi terutama di wilayah Jawa Timur dan wilayah lainnya. Penelitian ini dibatasi pada lingkup Instagram @jatimpemprov dan pengelolaannya pada Juli 2021 - September 2021 dan berlokasi di Jl. A. Yani 242 – 244, Surabaya, Jawa Timur. Akun Instagram @jatimpemprov sebagai salah satu yang dikelola oleh Dinas Kominfo Jatim. Dinas Kominfo Jatim telah berdiri pada tahun 2011, namun untuk pengelolaan media sosial Instagram @jatimpemprov telah ada pada tahun 2019. Maka periode penelitian dibatasi pada tiga bulan tersebut, sebab awal mula tahun 2020 akun Instagram @jatimpemprov semula berfokus pada informasi tentang Covid-19 di wilayah Jatim kini terus memperbaharui konten yang menjadikan konten @jatimpemprov tidak hanya berupa informasi pandemi namun beragam konten dengan beragam kategori konten yang informatif, edukasi, apresiasi, dan sebagainya sehingga menjadi salah satu media sosial Instagram terbesar oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur.