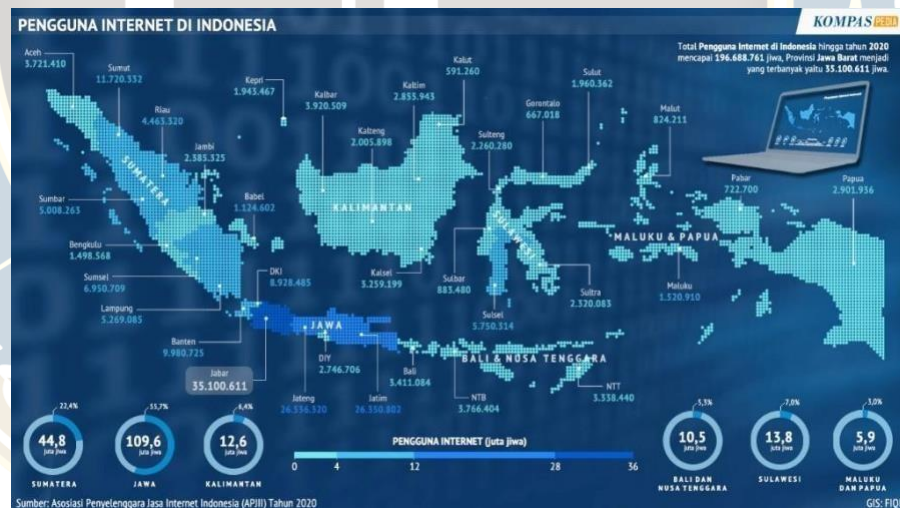


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era pandemi ini, kebutuhan informasi merupakan suatu tuntunan hidup setiap individu, hal ini membuat pola kehidupan masyarakat berubah. Termasuk dalam hal kebutuhan terhadap informasi. Dalam masa pandemi seperti sekarang ini, meningkatkan penggunaan akses internet dikarenakan sebagian besar kegiatan aktivitas dilakukan secara *online*. Akses sebuah informasi sangat mudah dijangkau dengan cara penggunaan gawai yang semakin canggih.



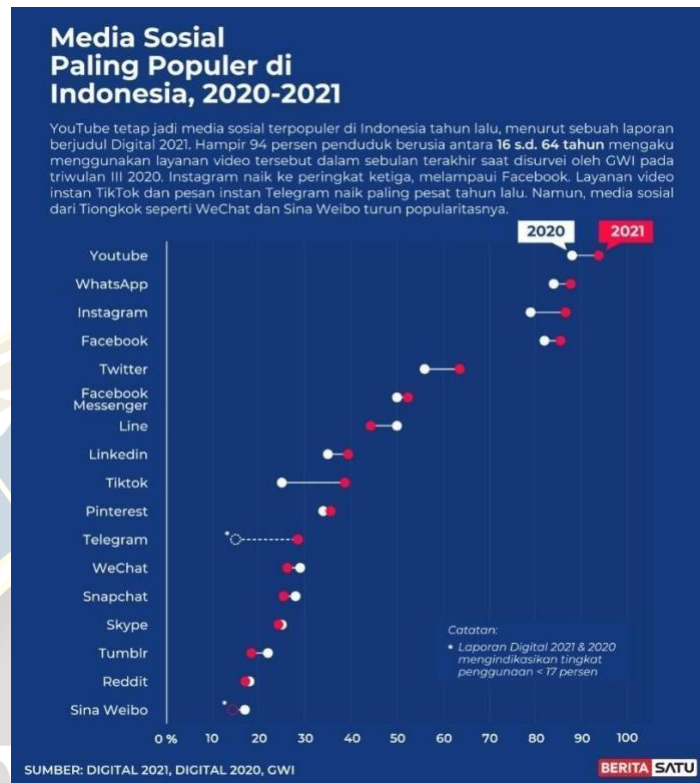
Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020

Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) menyebutkan bahwa hingga

tahun 2020, total penggunaan internet sudah mencapai lebih dari 196 juta jiwa atau sekitar 70% dari total penduduk Indonesia. Sebaran jumlah penggunaan internet dikelompokkan berdasarkan pulau dan provinsi. Hal ini, berbagai platform media sosial semakin dimudahkan. Dengan semakin terjangkaunya harga gawai yang dapat digunakan sebagai alat sumber informasi yang membuat meningkatnya jumlah pengguna dalam menggunakan internet secara signifikan.

Media sosial memiliki kemampuan yang dapat memberikan sesuatu yang unggul dalam berinteraksi. Selain mudahnya media sosial untuk diakses, media sosial merupakan *platform* sebagai jembatan antara pemilik akun dan konsumen. Dengan hal tersebut, konten yang dihasilkan oleh media sosial dapat diakses melalui *website*, *blog*, ulasan *online*. Hal ini merupakan keunggulan media sosial dibandingkan media tradisional dalam hal penyampaian informasi.



Gambar 1.2 Media Sosial Paling Populer di Indonesia
 Sumber : Digital, 2020 - 2021

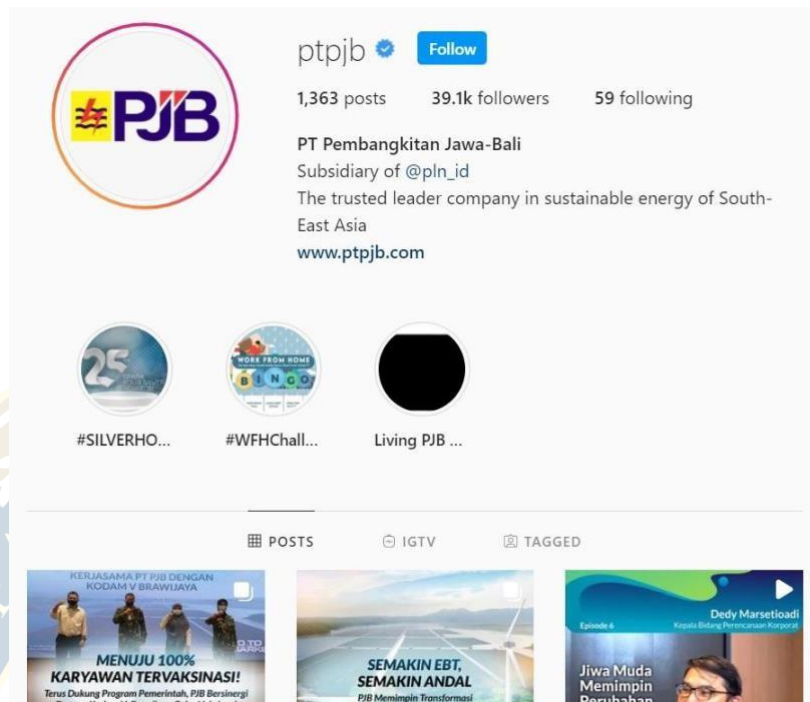
Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2021, Indonesia merupakan negara dengan penggunaan internet sebanyak 202,6 juta jiwa, dalam jumlah tersebut yang semakin meningkat sebanyak 27 juta atau 16% dibandingkan tahun – tahun sebelumnya. Penggunaan *social media* Instagram termasuk media *social* terpopuler di Indonesia yang menduduki peringkat ketiga. Dikarenakan mudahnya penggunaan sosial media Instagram menjadikan Instagram sebagai media informasi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan.

Selain itu, Instagram juga merupakan sebuah aplikasi sosial media dengan jumlah terbanyak ketiga di Indonesia. Disamping

penggunaannya sebagai jejaring sosial untuk membagikan foto, aplikasi ini juga dapat digunakan sebagai memasarkan sebuah produk bisnis atau pun memberikan sebuah informasi seputar perusahaan berupak *story*, *reels*, atau *feed* unggahan dalam Instagram. Di Indonesia, banyak jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna.

Untuk memberikan sebuah informasi kepada seluruh masyarakat, PT PJB menggunakan media sosial sebagai cara untuk menyampaikan informasi kepadakonsumen. PT PJB menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mewakili merek dan terlibat langsung dengan konsumen. Adanya penggunaan media sosial ini juga bertujuan untuk membantu aktivitas PT PJB agar bisa mendengarkeluhan masyarakat.

Dengan adanya hal tersebut, Instagram di pandang sebagai media sosial yang memberikan efek luar biasa dan menjanjikan konsumen. Pemanfaatan Instagram ini pun menjadi perhatian PT PJB yang dimanfaatkan untuk menjadimedia informasi seputar kegiatan PT PJB.



Gambar 1.3 Akun Instagram @ptpjb

Sumber : Diolah Peneliti,
2021

Kaitannya dengan hal tersebut, PT PJB ingin meningkatkan pembagian informasi dan pengelolaan media sosial menggunakan akun Instagram. Akun Instagram PT PJB yaitu @ptpjb memiliki pengikut sebanyak 39,1 ribu dan 1,363 unggahan yang membagikan informasi seputar perusahaan PT PJB. Dapat dilihat dari data di atas akun Instagram PT PJB yang sudah mendapatkan *verified* sehingga masyarakat percaya dengan kebenaran dalam setiap informasi yang dibagikan oleh PT PJB. Dalam penelitian ini akan melihat aktivitas pada akun tersebut dengan alasan bahwa akun tersebut tidak hanya memberikan informasi seputar PT PJB akan tetapi juga memberikan perkembangan perusahaan yang berkaitan dengan *event*, *reward*, dan

promosi mengenai perusahaan.



Gambar 1.4 Penghargaan PJB
Sumber : Diolah Peneliti, 2020

Penelitian ini menarik untuk diteliti karena dapat melihat aktivitas pada akun tersebut. PT PJB yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melakukan pembagian informasi melalui sosial media, Khususnya Instagram dan meraih penghargaan sebagai “Anak BUMN Terpopuler di Media Digital”. Hal ini menunjukkan bahwa PT PJB berhasil mendapatkan sebuah

penghargaan dari Anugrah Humas Indonesia sebagai anak perusahaan BUMN terpopuler di media digital, sehingga hal ini mendorong dan menarik untuk diteliti mengenai pengelolaan akun media sosial akun PT PJB.

1.2. Rumusan Masalah

Di angkat dari latar belakang masalah diatas, serta dapat memudahkan pembahasan di dalam penelitian ini, maka penelitian merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut untuk diangkat.

“Bagaimana pengelolaan akun media sosial Instagram @ptpjb?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diangkat maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengelolaan akun Instagram @ptpjb pada PT. PJB. Tujuan dalam penelitian ini sendiri digunakan untuk mendukung rumusan masalah agar penelitian ini mampu berjalan secara terstruktur sehingga tidak keluar dari tema dan judul yang sudah dibuat. Dengan menggunakan unsur 4C yaitu *Context, Communication, Collaboration, Connection*.

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah mengetahui fokus dan tujuan penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan masukan positif PT PJB dan

perusahaan sejenis untuk dapat meningkatkan kualitas kinerja *team* media sosial perusahaan.

1) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan suatu manfaat agar dapat memberikan ilmu, wawasan, dan referensi mengenai pengelolaan media sosial Instagram pada akun Instagram @ptpjb menggunakan teori 4C yakni *Context, Communication, Collaboration, dan Connection* yang bermanfaat bagi pembaca.

2) Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini sendiri, diharapkan agar dapat memperluas wawasan dan pemahaman antara hasil kenyataan dalam penggunaan unsur 4C. Selain itu penelitian ini diharapkan berpengaruh positif untuk PT PJB agar dapat memperkenalkan akun @ptpjb.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terstruktur dan terarah, maka penelitian dibatasi dalam lingkup Instagram @ptpjb dan pengelolaannya pada September 2021 - Desember 2021. Penelitian ini dilakukan di PT PJB karena satu – satunya anak perusahaan

BUMN yang memperoleh penghargaan Anugerah HUMAS Indonesia sebagai anak BUMN terpopuler di media digital ditahun 2020. Lokasi PT PJB ini bertempat di Jalan Ketintang Baru No. 11, Ketintang, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan tersebut, karena media digital PT PJB sedang dilakukannya perkembangan pada media sosial dan pada tahun 2021 PT PJB Kembali mendapatkan penghargaan kategori inovasi komunikasi dimasa pandemi dan bertempat dengan *event* ulang tahun PT PJB.

