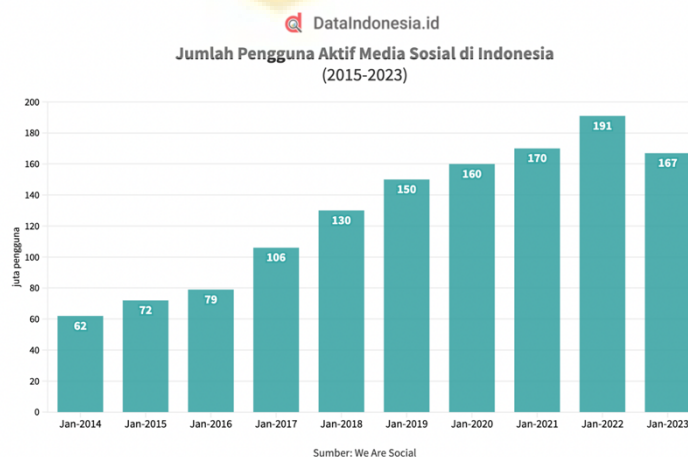


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju dan berkembang pesat di era industri 4.0, era yang serba digital dalam segala hal nya. Di era ini mempermudah masyarakat dalam menggunakan perangkat elektronik yaitu internet dalam mencari informasi atau hal lain nya. Internet merupakan media komunikasi yang sangat canggih, disebut sebagai media komunikasi maya. Internet yang memiliki kelebihan dalam kecepatan mengirim dan memperoleh informasi sekaligus sebagai penyedia data yang *shopisticatef* (canggih). Didalam buku *Understanding Media*, McLuhan (McLuhan, 1964), menyatakan bahwa *medium is the message*, yang artinya media adalah pesan itu sendiri, lebih jauh lagi perubahan yang terjadi dihasilkan oleh media itu sendiri. Kini, teknologi digital berkembang sangat pesat. Internet juga menjadi penyedia media informasi surat kabar (*electronic newspaper*), program film, TV, dan lain sebagainya.

Saat ini, hampir semua aktivitas manusia memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Khususnya, masyarakat Indonesia merasa senang berkomunikasi di internet karena memudahkan mereka untuk bercakap-cakap dan bertukar pikiran. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 231 juta pada Januari 2023, yang mewakili sekitar 77% dari keseluruhan populasi negara ini. (Santika, 2023).



Gambar 1.1 Data Media Sosial di Indonesia 2014 – 2023

Sumber: dataindonesia

Sekarang ini media sosial sering digunakan dan dipercaya oleh masyarakat sebagai sumber informasi, sebab penyebaran informasi melalui media sosial begitu lebih cepat dan luas. Pengguna media sosial dapat dengan bebas menyebarkan, membuat, mencari, melakukan interaksi dan mengunggah pada akun media sosial nya.

Penggunaan media sosial dan internet untuk menyebarkan informasi dan menciptakan koneksi virtual yang nyaris tanpa batas telah menyebabkan banyak pihak menyadari perlunya menggunakan media, termasuk praktik-praktik kehumasan atau SDM, baik yang dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun bisnis swasta. Banyak organisasi atau institusi yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mempererat hubungan mereka dengan khalayak agar khalayak dapat mengetahui tentang lembaga yang membuat citra mereka terkenal di kalangan masyarakat setempat. Menurut *Frank Jeffkins* (Jeffkins, 2004), citra merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi setiap institusi. Citra merupakan pemahaman atau wawasan individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pembelajaran dan pengalamannya.

Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI AU) adalah salah satu dari dua matra Tentara Nasional Indonesia (TNI), yang berkomitmen penuh terhadap operasi Republik Indonesia di Udara. Sebagai pejabat tertinggi dalam organisasi terbesar di bawah naungan TNI AU, Kepala Staf Angkatan Udara (KASAU) bertanggung jawab kepada Markas Besar TNI Angkatan Udara (MABESAU). Setiap institusi pasti ingin namanya dikenal oleh masyarakat luas, begitu juga dengan TNI Angkatan Udara. Upaya peningkatan citra TNI AU sangat bergantung kepada optimalisasi peran Public Relations atau Dinas Penerangan dalam menjalankan tugas nya dalam mengenalkan berbagai bentuk kegiatan kedirgantaraan, seperti pameran Alutsista (Alat Utama Sistem Persenjataan) yang dimiliki TNI AU seperti pesawat, radar, rudal, dan peralatan lainnya serta kegiatan yang dilakukan oleh TNI AU, dengan harapan khalayak dapat mengetahui tentang alat-alat apa saja yang dipergunakan oleh TNI AU

dalam upaya menjaga dan mempertahankan keutuhan dan kedaulatan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) dan juga kegiatan seperti apa yang dilakukan oleh TNI Angkatan Udara dalam pekerjaannya.

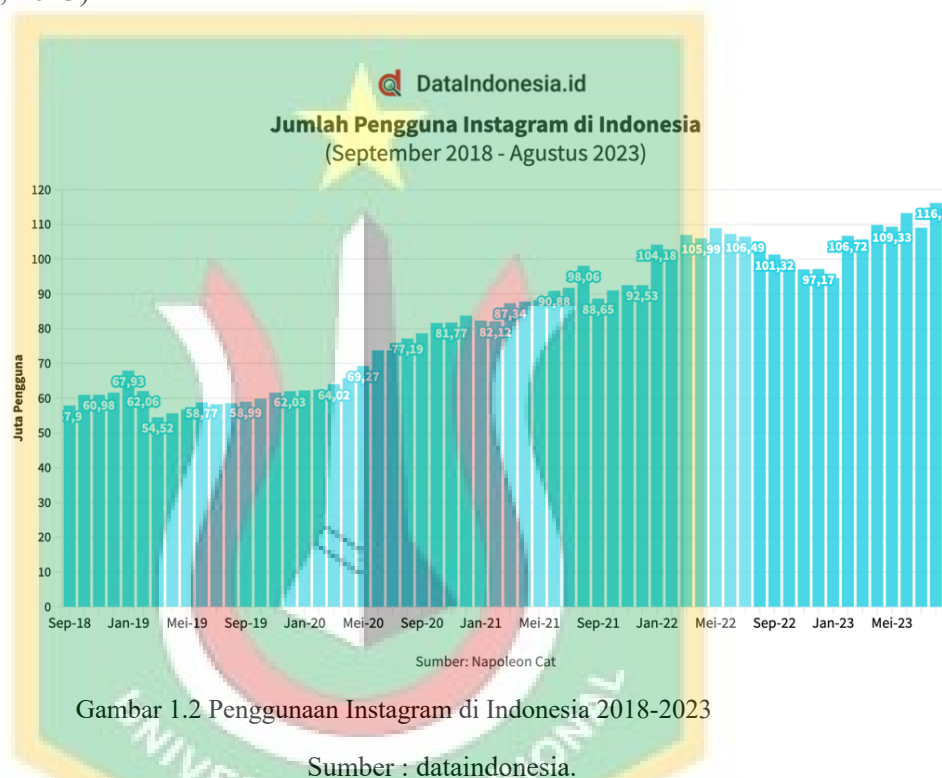
Perkembangan *public relations* berevolusi seiring dengan berkembangnya teknologi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap *public relations* dapat berbentuk alat, media, atau sebuah bentuk baru bagi kegiatan PR. Frank Jefkins (Jefkins, 1997) dalam buku *Public Relations dan periklanan* menyatakan bahwa media merupakan perpanjangan tangan untuk berbicara dengan *public* sehingga *public* dapat mengetahui aktivitas perusahaan tersebut. Media juga dapat membantu dalam mensosialisasikan segala kebijakan-kebijakan perusahaan kepada masyarakat luas. (Jefkins, *public relations*, 1985), Media juga dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif perusahaan di mata publik, dan juga dapat digunakan untuk membranding perusahaan kepada publik dengan melalui pemberitaan media. Dengan begitu citra instansi dapat meningkat sehingga berdampak pada kepercayaan *stakeholder* kepada Instansi, dalam situasi krisis reputasi yang baik dari Instansi akan membantu memperbaiki perusahaan nya.

Pemanfaatan media sosial dinilai sebagai Langkah yang efektif dan efisien karena penggunaannya yang mudah diakses, cepat dan murah. Sedangkan dinilai efektif karena pesan yang diterima lebih *update* dan bisa dilakukan secara terus menerus dan langsung ke sasaran, mendapatkan *feedback* langsung dengan menggunakan sarana online chat, atau pun kolom komentar. Banyak diantaranya instansi atau pun perusahaan lain yang beralih ke era digital sekarang ini, melihat efisiensi dalam membangun reputasi perusahaan. Berbeda layaknya zaman dahulu yang memerlukan biaya yang begitu besar dalam membuat reputasi instansi nya atau pun perusahaan nya melalui *billboard*, TV, radio, dan lain nya. Banyaknya media sosial sekarang ini mulai dari YT, Facebook, Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya. Youtube merupakan sebuah inovasi dalam media sosial, penggunaannya yang mudah dengan mengupload video mereka sendiri maka akan dengan cepat dan mudah tersebar ke masyarakat yang memungkinkan para pengguna internet. Youtube sendiri merupakan salah satu situs yang dapat digunakan untuk sharing video

(raharjo, 2020), dengan berbagai macam video yang dapat diakses dalam youtube mulai dari music, film, berita, dan informasi, video tersebut juga dapat didownload ( (indrawan). Facebook menjadi media sosial populer nomor 3 di Indonesia, dengan jumlah pengguna facebook mencapai 83,8 persen. Facebook menyediakan fitur untuk berbagai konten seperti foto, video, atau artikel. Facebook juga dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang jauh dari kita, mempromosikan bisnis atau produk, dan mendapatkan informasi terbaru. Sedangkan Instagram merupakan peringkat kedua dalam media sosial, dengan banyak nya pengguna sebesar 86,5 persen dari usia 16-64 tahun. Aplikasi Instagram dapat digunakan untuk membagikan momen mereka dengan orang lain, serta mengikuti akun orang lain untuk melihat apa yang mereka bagikan di dalam media sosial nya. Instagram juga menyediakan fitur story yang memungkinkan pengguna untuk membagikan momen mereka dalam bentuk video atau foto selama 24 jam. Aplikasi Instagram sangat berguna untuk membagikan momen-momen kehidupan, mengikuti tren terbaru, dan mempromosikan bisnis atau produk. (Muhtar, 2023).

Pengelolaan media sosial sebagai media informasi merupakan bentuk aplikasi dari Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang mengatakan bahwa negara menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan public.

Berdasarkan data yang ada dapat dikatakan bahwa banyak nya khalayak yang menggunakan media sosial Instagram, dilihat dari September 2018 hingga Agustus 2023, terdapat kenaikan signifikan yang begitu besar dalam penggunaan media sosial Instagram, jumlah tersebut meningkat 6,54%. Dibandingkan dengan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 11,8%. Banyak nya pengguna Instagram di usia remaja 18 – 24 tahun sebanyak 39,1% dan dewasa 25-34 tahun sebanyak 28,7%. (Bayu, 2023).



Gambar 1.2 Penggunaan Instagram di Indonesia 2018-2023

Sumber : dataindonesia.

Instansi yang menggunakan media sosial akan mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat. Informasi yang disampaikan akan dapat dengan mudah di jangkau oleh khalayak sasaran yang lebih besar. salah satu sekian banyak media sosial itu adalah Instagram. melalui fitur-fitur dan keunggulan yang dimiliki Instagram penyampaian informasi/pesan menjadi lebih cepat penyebarannya dan luas dan beragam. Instagram merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Media sosial Instagram tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana penginformasian. Mudah

nya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan nya. Hubungan dengan media selayak nya simbiosis mutualisme yang dimana media membutuhkan informasi untuk publik nya sedangkan instansi membutuhkan media sebagai sarana dalam mempublikasikan hal-hal positif mengenai instansi nya pada publik.

Perkembangan Instagram yang semakin maju membuat banyak nya khalayak yang memiliki akun Instagram. Instagram memiliki beberapa menu terutama, feed pada bagian home yang memiliki fitur *like*, *share*, *comment* serta *DM (Direct Message)*, selain itu, terdapat fitur *follow* dan *followers*, yang artinya seorang pengguna bisa mengikuti (*follow*) akun Instagram lain dan juga mendapatkan pengikut (*follower*) dari akun Instagram lain, dan fitur *highlight* merupakan fitur untuk konten *story* agar bertahan dalam waktu jangka Panjang yang dibuat sesuai pengelompokan *story* berdasarkan kategori-kategori nya dan dapat dilihat kembali oleh *follower* kapan saja.

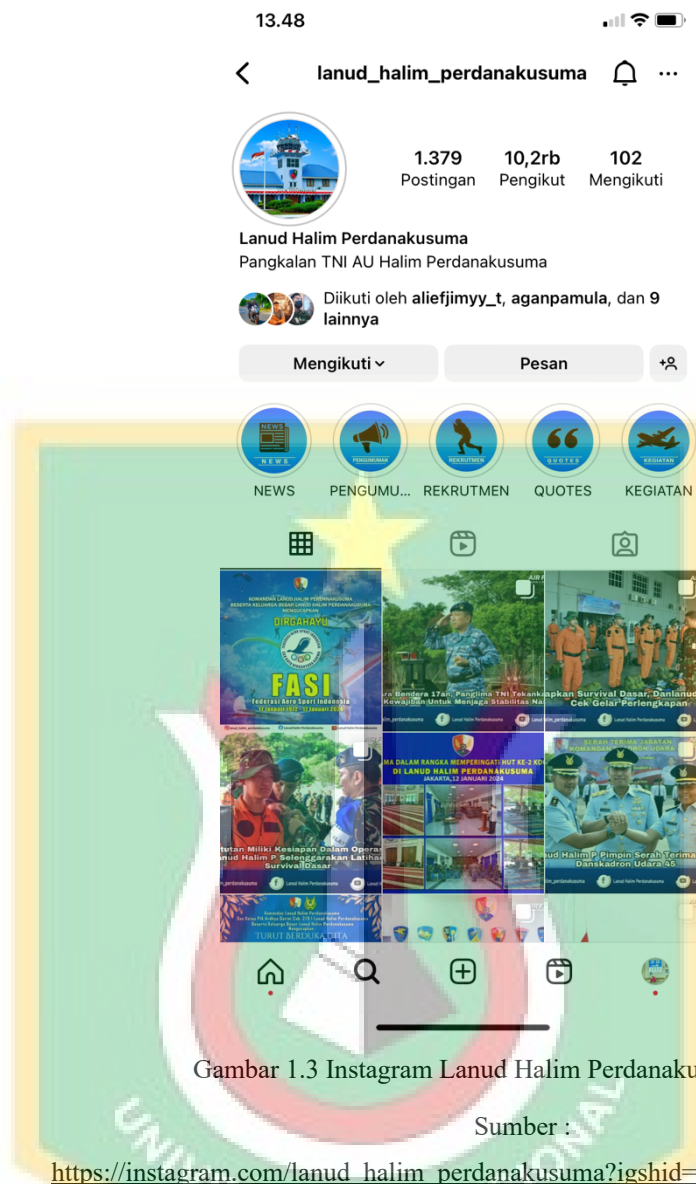
Salah satu nya pada instansi TNI AU Halim Perdanakusuma yang dimana humas TNI AU Halim Perdanakusuma memanfaatkan media sosial, Penerangan halim memanfaatkan tiga media sosial dalam upaya mempertahankan citra TNI AU, mulai dari YT, FB, dan IG. Namun sekarang ini Instagram lah yang sering digunakan dalam upaya nya mempertahankan citra TNI AU. Instagram menjadi wadah dalam menginformasikan segala kegiatan yang ada di Halim Perdanakusuma, hal itu dilakukan untuk menjangkau khalayak yang lebih besar dalam mengenal TNI AU dan menambah citra positif kepada instansi nya. Tidak mudah untuk mempertahankan citra pada instansi, terutama pada instansi TNI yang sering kali menjadi sorotan publik. Tni Angkatan Udara Halim Perdanakusuma merupakan salah satu instansi TNI yang ada di Jakarta tepatnya di Jakarta Timur. Citra TNI Angkatan Udara Halim Perdanakusuma saat ini dapat dikatakan positif di mata masyarakat. Dibalik citra positif tentu nya terdapat usaha keras yang telah dilakukan oleh TNI AU Halim Perdanakusuma.

Menyadari penting nya menjalin hubungan dengan media akan sangat diuntungkan dalam segala aspek nya, terutama dalam terjadinya pemberitaan

negative atau terdapat isu miring tentang instansi nya, akan dengan cepat melakukan pendekatan untuk meminimalisasi kesalahan persepsi. Dalam membangun hubungan dengan media, instansi dapat memilih saluran yang tepat, banyak diantara nya media massa yang melakukan rekayasa untuk mempengaruhi dan menguasai masyarakat, ketika eksposur media terkait perusahaan dapat berdampak positif atau pun negative, hal itu dapat menimbulkan reputasi menjadi lebih baik atau lebih buruk.

Dalam media sosial milik Lanud Halim Perdanakusuma, pengelolaan yang dilakukan oleh humas halim perdanakusuma dengan memberikan konten utama foto atau pun video yang menjadi daya tarik para followers nya. Serta memberikan keterangan atas konten yang di unggah nya, agar publik mengerti dan paham apa tujuan dan maksud dari konten yang diberikan. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Danwingdikum Kolonel Pnb Dirk Poltjen Lengkey, mengatakan “Tingkatkan eksistensi dan citra positif TNI Angkatan Udara di dalam pelaksanaan tugasnya di era keterbukaan informasi publik saat ini”. (tingkatkan eksistensi dan citra positif tni angkatan udara, 2023)





Gambar 1.3 Instagram Lanud Halim Perdanakusuma

Sumber :

[https://instagram.com/lanud\\_halim\\_perdanakusuma?igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://instagram.com/lanud_halim_perdanakusuma?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)

Dilihat pada gambar tersebut saat ini pengikut Instagram @lanud\_halim\_perdanakusuma sebanyak 10,2rb pengikut dalam jumlah postingan 1.379. Awal mula akun Instagram @lanud\_halim\_perdanakusuma ini dikelola pada bulan Maret 2018 pengelolaan yang dilakukan sangat kurang aktif, dilihat pada bulan maret 2018 humas TNI AU Halim Perdanakusuma hanya menyampaikan informasi selama 5 hari dengan rentan waktu yang tidak menentu, sehingga respon dari masyarakat pun kurang baik. Namun setelah 5 tahun berjalan nya media sosial Instagram @lanud\_halim\_perdanakusuma dalam mempertahankan citra positif mereka melalui pesan dan konten di



Instagram jauh lebih meningkat. Dimana awal postingan selama 1 bulan hanya 5 kali memposting, namun sekarang memposting setiap hari nya. Hal itu meningkatkan respon masyarakat terkait instansi TNI AU Halim Perdanakusuma dan menambah citra positif di masyarakat.

Penggunaan media sosial harus dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan bahwa media sosial tersebut sesuai dengan tujuan dan fungsinya. Menurut Chris Heure, penggunaan media sosial dapat bermanfaat untuk memfasilitasi dan mencapai tujuan serta meningkatkan komunikasi yang efektif dengan memanfaatkan 4C (Context, Communication, Collaboration, dan Connection). (Indah Salsabillah, 2023)

Melihat berkembang media sosial Instagram @lanud\_halim\_perdanakusuma membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengelolaan media sosial Instagram @lanud\_halim\_perdanakusuma dalam upaya mempertahankan citra TNI Angkatan Udara.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pengelolaan media Instagram @Lanud Halim Perdanakusuma dalam upaya mempertahankan citra TNI AU?”

## **1.3 Tujuan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas tujuan peneliti adalah untuk mengetahui pengelolaan media Instagram @Lanud Halim Perdanakusuma dalam upaya mempertahankan citra TNI AU Halim Perdanakusuma.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih baik sebagai literatur atau referensi bagi pihak-pihak

yang akan melakukan penelitian mengenai Pengelolaan Media Instagram dalam upaya mempertahankan citra. Terutama di bidang disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Public Relations.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Humas TNI AU Halim Perdanakusuma dalam meningkatkan kualitas dan profesionalisme kerja serta menambah wawasan tentang pengelolaan media Instagram dalam upaya mempertahankan citra nya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika dalam penulisan proposal ini adalah sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang kajian Pustaka memuat teori-teori yang menjadi dasar pengetahuan yang digunakan.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan metode-metode yang digunakan dalam penelitian nya.

##### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini diuraikan mengenai analisis pembahasan nya.

##### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan.