

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Hal ini terbukti dengan munculnya berbagai media sejak era reformasi. Media massa berperan sebagai alat komunikasi massa yang menyampaikan pesan kepada banyak orang. Mereka memberikan informasi mengenai perubahan, cara pelaksanaannya, serta hasil atau tujuan yang seharusnya dicapai. Jenis media massa termasuk surat kabar, majalah, televisi, film, dan internet. Internet, khususnya telah menjadi media massa yang sangat umum digunakan saat ini.

Melalui internet, dapat berkomunikasi dengan siapapun dan kapan pun. Internet, dalam era informasi telah menjadi sumber informasi yang dapat diakses dari berbagai lokasi, tanpa batasan ruang dan waktu. Ini telah menjadi alat komunikasi yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk memenuhi informasi dan kebutuhan mereka. Pesatnya perkembangan internet juga mendorong pertumbuhan penerbitan elektronik.

Penerbitan karya dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk melalui media online. Media online, atau sering disebut sebagai cyber journalism, merupakan produk jurnalistik yang hadir secara digital. Media online menjadi fokus kajian teori “media baru” atau new media, yang menekankan pada permintaan akses terhadap konten atau informasi kapan saja, dimana saja, dan pada berbagai peringkat digital, serta melibatkan umpan balik interaktif, partisipasi, kreativitas dan aspek real-time. Kehadiran media online ini berdampak signifikan pada eksistensi media konvensional. Saat ini, jarang sekali ada yang membeli koran untuk mendapatkan berita karena semuanya sudah beralih ke media online. Fenomena media online, seperti media sosial memberikan dukungan besar terhadap interaksi sosial secara massal dan terorganisir. Media sosial sebagai bentuk media online, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi dan

menciptakan konten melalui berbagai platform seperti Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram, dan lainnya.

Kini media sosial telah menyatukan batasan antara kehidupan pribadi dan publik seseorang. Aktivitas masyarakat saat ini sangat bergantung pada media sosial, menjadikannya sebagai platform utama untuk berbagai kegiatan sehari-hari, hiburan, dan sumber informasi. media sosial mampu mencapai jutaan pengguna tanpa terkendala ruang dan waktu. Data dari laporan Profil Internet Indonesia 2022 dikeluarkan oleh Asosiasi Penyediaan Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta orang atau sekitar 77,02 persen dari total penduduk Indonesia. (KOMINFO : 2022).

Di era serba digital seperti sekarang ini sangat mudah untuk menyebarkan informasi ke mata dunia melalui internet. Semua instansi perusahaan, pemerintah dan lain sebagainya berbondong-bondong membuat konten menarik untuk memikat para pengguna internet. Instagram salah satu media sosial paling populer di kalangan masyarakat, berdasarkan data dari *We Are Social dan Hootsuite* terbaru instagram menempati peringkat ke-3 sebagai media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbanyak mencapai 2 miliar pada Januari 2023 (Naurah, Nada: 2023).

Instagram merupakan sebuah platform media sosial dimana penggunanya dapat membagikan foto, video, reels, serta melakukan siaran langsung dan bisa menggunakan filter. Selain itu, pengguna juga dapat berinteraksi dengan sesama pengguna melalui fitur chatting, panggilan suara, dan video call. Informasi yang dibagikan instagram dapat dengan mudah menyebar ke berbagai penjuru dunia, dan tingkat penggunaan aplikasi ini juga cukup tinggi di seluruh dunia.

Sekretariat Kabinet juga menggunakan media sosial untuk menjalankan fungsi humasnya, media sosial tersebut diantaranya facebook, twitter, website, youtube, dan instagram. Hal ini sesuai dengan fungsi Humas Sekretariat Kabinet yang berkewajiban memberikan pemahaman mengenai visi, misi serta kegiatan kepresidenan dalam hal kegiatan ini pemberitahuan informasi mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah dan presiden untuk disebarluaskan ke masyarakat melalui media massa sebagai bentuk penyebaran informasi. Dari kelima media sosial

yang dimiliki oleh Sekretariat Kabinet tersebut Sekretariat Kabinet lebih aktif dalam platform instagram dikarenakan konten yang di upload melalui media sosial instagram lebih bervariasi dibandingkan dengan platform media sosial lainnya.

Sekretariat kabinet Republik Indonesia adalah lembaga pemerintah yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden dan memiliki tugas dalam memberikan dukungan pengelolaan manajemen kabinet kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam penyelenggara pemerintah.

Bukan hanya Sekretariat Kabinet lembaga pemerintahan yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden, Sekretariat Negara Republik Indonesia berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden dan mempunyai tugas menyelenggarakan dukungan teknis dan administrasi serta analisis urusan pemerintahan di bidang kesekretariatan negara untuk membantu Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sekretariat Negara memiliki media sosial untuk penyebaran informasi kegiatan kepresidenan, media sosial yang dimiliki Sekretariat Negara yaitu Instagram dan juga website. Instagram Sekretariat Negara memiliki jumlah pengikut sebanyak 673.000 pengikut, akan tetapi pada instagram Sekretariat Negara berbeda dengan Sekretariat Kabinet. Sekretariat Negara tidak memiliki ciri khas dalam memposting sebuah konten, tujuan serta kegunaannya sama-sama memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan presiden dan pemerintah di Indonesia.

Berdasarkan gambar dibawah ini merupakan sebuah tampilan awal dari instagram Sekretariat Negara, di lihat dari tampilan awal akun instagram @Kemensetneg.ri tidak memiliki ciri khas dalam memposting sebuah informasi hal ini menunjukkan perbedaan pada akun instagram milik Sekretariat kabinet, dimana pada akun @Sekretariat.kabinet menggunakan tema merah,kuning pada setiap postingan baik itu infografik maupun video IGTV. Hal ini terkesan menjadi ciri khas atau branding dari akun Sekretariat Kabinet kepada masyarakat.



Gambar 1. 1 Tampilan Akun Instagram Sekretariat Negara

Sumber : Instagram Sekretariat Negara

Untuk menyampaikan berita informasi kepada berbagai instansi pemerintahan lainnya dan masyarakat luas melalui akun instagram @Sekretariat.kabinet. dalam hal ini penyediaan informasi menjadi efektif karena berita informasi yang diberikan selalu *up to date*. Tujuan dari penggunaan media sosial instagram ini adalah menyampaikan informasi mulai dari kegiatan presiden, kebijakan-kebijakan pemerintahan, kegiatan kabinet berupa foto maupun video untuk sebarluaskan kepada masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 2 Tampilan Akun Instagram Sekretariat Kabinet

Sumber : Instagram Sekretariat kabinet

[Berdasarkan gambar diatas merupakan tampilan pada media sosial Instagram yang dimiliki](#) Sekretariat Kabinet. Sekretariat Kabinet menggunakan instagram sebagai salah satu bentuk penyebaran informasi kegiatan Presiden Republik Indonesia ke masyarakat luas. Media Sosial Instagram Sekretariat Kabinet dikendalikan oleh humas Sekretariat Kabinet yang berisi informasi kegiatan Presiden Republik Indonesia baik kegiatan Rapat bersama para menteri di Istana Negara, Kunjungan pertemuan antar Kepala Negara dan lain sebagainya.

Media sosial instagram merupakan media yang paling populer diantara media sosial lainnya yang dimiliki Sekretariat Kabinet, hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah pengikut yang paling banyak diantara yang lainnya. Instagram Sekretariat Kabinet ini memiliki pengikut sebanyak 470.000 pengikut. Instagram memiliki fitur berupa *instastory*, siaran langsung, *feeds*, dan juga reels. Dengan adanya fitur yang



dimiliki instagram cara Sekretariat Kabinet menyampaikan berita melalui instagram berupa upload video *reels*, *infografik*, *instastory*, serta adanya siaran langsung ketika diadakan rapat beberapa menteri menyampaikan hasil rapat tersebut. Dari banyaknya jenis media baru yang hadir dan digunakan, Instagram lah menjadi akun utama yang digunakan Sekretariat Kabinet dan memiliki peraturan sendiri baik dari segi isi pesan maupun desain.

Pada media sosial Facebook yang di miliki Sekretariat Kabinet memiliki jumlah pengikut sebanyak 443.000. akun facebook Sekretariat Kabinet dibuat sejak 27 Juli 2012. Fitur yang terdapat di media sosial Facebook tidak sebanyak di media sosial Instagram. Karena, postingan yang di upload kurang informatif hanya sekedar memberikan informasi singkat yang di taruh di bagian keterangan bersamaan dengan foto-foto. Oleh karena itu, jenis konten di facebook milik Sekretariat Kabinet terbatas dan tidak terlalu menarik banyak peminat.



Gambar 1. 3 Tampilan Akun Facebook Sekretariat Kabinet

Sumber : Facebook Sekretariat kabinet

Selanjutnya pada media sosial twitter yang dimiliki Sekretariat Kabinet memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.318.614. Akun tersebut dibuat sejak Maret pada tahun 2011. Media sosial twitter Sekretariat Kabinet memiliki banyak pengikut dibanding media sosial lainnya akan tetapi konten yang di upload pada media sosial twitter tidak bervariasi karena di media sosial twitter tidak terdapat fitur-fitur menarik seperti di media sosial Instagram. Selain itu pemberitaan di twitter cenderung membagikan sebuah informasi singkat beserta foto, berbeda dengan di instagram cenderung banyak variasi yang di bagikan di media sosial instagram seperti infografik, video IGTV, dan *instastory*, di media sosial Twitter respon atau tanggapan dari masyarakat kurang antusias berbeda dengan di Instagram. Dilihat dari jumlah like pada setiap postingan di twitter hanya berkisar seratusan bahkan terkadang tidak mencapai ratusan like.



Gambar 1.4 Tampilan Akun Twitter Sekretariat Kabinet

Sumber : Twitter Sekretariat kabinet

Media sosial Youtube yang dimiliki Sekretariat Kabinet mempunyai jumlah subscriber sebanyak 133.000 subscriber. Youtube Sekretariat Kabinet berisikan video seputar kegiatan kabinet dan Sekretariat Kabinet, akun youtube tersebut sudah ada sejak 25 April 2013 dengan jumlah video yang di upload sebanyak 3,267 konten video. Keunggulan dari media sosial youtube yang dimiliki Sekretariat Kabinet ini ialah penyampaian informasi kepada masyarakat berupa video seperti penyampaian kebijakan oleh para menteri, sambutan oleh para menteri dan juga Presiden, hingga memiliki program acara di Youtube dengan judul “Podkabs” yang artinya Podcast Kabinet dan Sekretariat Kabinet bersama para menteri-menteri di Indonesia. Akan tetapi kekurangan dari media sosial Youtube milik Sekretariat Kabinet ini masih belum banyak menarik perhatian masyarakat dari konten-konten yang di upload.



Gambar 1.5 Tampilan Akun Youtube Sekretariat Kabinet

Sumber : Youtube Sekretariat kabinet

Tidak hanya itu, Sekretariat Kabinet juga memiliki website untuk media publikasi. Melalui website, Sekretariat Kabinet membagikan informasi terkait kegiatan kepresidenan dan kebijakan pemerintah berupa artikel. Akan tetapi kekurangan dari media website ini masyarakat tidak bisa melakukan interaksi pada



postingan yang di unggah oleh Sekretariat Kabinet karena tidak terdapat kolom komentar di dalam website tersebut.



Gambar 1.6 Tampilan Website Sekretariat Kabinet

Sumber : Website Sekretariat kabinet

Sekretariat kabinet telah mengalihkan fokusnya ke instagram dengan menyadari pergeseran minat masyarakat dari media massa tertulis menjadi media massa digital atau internet. Instagram dianggap sebagai platform yang memegang peran penting dalam penyebaran informasi yang efektif, mengakomodasi perubahan dinamika komunikasi masyarakat. Pemilihan instagram sebagai media utama oleh Sekretariat Kabinet bukan hanya untuk mengelola informasi, tetapi juga untuk menjangar keterlibatan masyarakat. Fitur-fitur yang ada dalam platform ini memberikan kemampuan untuk memantau aktivitas masyarakat. Sehingga bukan hanya sebagai sarana menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat pemantauan terkait kegiatan kepresidenan, kebijakan pemerintah, dan berbagai informasi relevan lainnya. Dengan memanfaatkan fitur foto dan video, Sekretariat Kabinet dapat lebih dinamis dalam menyajikan kontennya, mencapai target audiens yang lebih luas serta menjawab tuntutan komunikasi modern yang lebih visual dan terkini.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sebagaimana dimaksud pada judul “**Pengelolaan Instagram @Sekretariat.kabinet Dalam Penyampaian Berita Kegiatan Kepresdienenan**” . pemilihan media sosial instagram menjadi objek penelitian penulis karena instagram banyak di gemari oleh semua kalangan umur mulai dari usia muda hingga usia tua menggunakan instagram sebagai sumber informasi, selain itu media sosial instagram Sekretariat Kabinet pernah memenangkan lomba MH tahun 2021 dengan predikat media yang digemari masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang tertera diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengelolaan Instagram @Sekretariat.kabinet Dalam Penyampaian Berita Kegiatan Kepresidenan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengelolaan Instagram @Sekretariat.kabinet Dalam Penyampaian Berita Kegiatan Kepresidenan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan serta memperluas pengetahuan dalam segi perkembangan komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan bisa digunakan sebagai sumber referensi dalam penelitian selanjutnya dari segi aspek sosial, serta komunikasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi tim Sekretariat Kabinet kedepannya dalam penyebaran informasi di media sosial dan memberikan informasi bagi pembaca dalam pengelolaan media sosial dalam penyebaran informasi.

### **1.5 Sistematik Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat agar dapat mempermudah penulis dalam mengerjakan roses penelitian yang telah ditata secara strategis dan rinci. Berikut siistematika penulisan antara lain :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I membahas mengenai latar belakang yang menjelaskan mengapa penelitian dengan judul tersebut dilakukan dengan menguraikan konteks penelitian dilakukan. Rumusan masalah yang merupakan penjabaran dari masalah yang akan diteliti. Tujuan penelitian yang menjabarkan bagaimana pertanyaan itu dibahas. Manfaat penelitian yang menjelaskan manfaat teoritis bagi peneliti dan yang praktis bagi objek yang akan diteliti, dan sistematika penulisan.

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

Pada BAB II ini membahas penelitian terdahulu relevan dengan penelitian yang sedang diteliti. Teori yang digunakan yaitu teori manajemen media, dan menjelaskan kinerja secara umum, kerangka berpikir yang menjadi jabaran dari awal hingga akhir penelitian.

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

Pada BAB III membahas tentang pendekatan yang menggunakan penelitian kualitatif, subjek dan objek penelitian, penentuan informan yang akan diteliti siapa yang menjadi informan utamanya, teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan, wawancara, dan dokumentasi, teknik analisis data, lokasi dan jadwal dari penelitian.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada BAB IV membahas hasil penelitian, menjelaskan gambaran umum tempat yang diteliti, pembahasan, analisa, dan jawaban dari hasil wawancara serta solusi yang berkaitan dengan tujuan penelitian

## **BAB V        PENUTUP**

Pada BAB V membahas bagian dari penutup yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, saran, dan lampiran dari penelitian.

