

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah mengakibatkan laju perkembangan yang signifikan. Fenomena ini mengakibatkan individu-individu merasa tertarik untuk selalu mengikuti informasi terbaru secara cepat, tepat, dan akurat. Ketersediaan teknologi komunikasi dan informasi telah menghilangkan alasan bagi seseorang untuk tertinggal dalam hal pengetahuan, karena kemampuan menggunakan media sosial dan alat komunikasi lainnya secara instan dan praktis. Media sosial menjadi platform utama bagi individu untuk mencari, berbagi, dan berinteraksi dalam ranah informasi.

Media sosial merupakan Media daring yang penggunanya dapat mengakses informasi terkini yang disajikan oleh penyelenggara konten, sekaligus dapat interaksi dialogis antar pengguna. Selain itu, pengguna media sosial juga memiliki kemampuan yang mudah untuk berbagi, turut serta dalam berbagai kegiatan, serta menghasilkan konten sesuai dengan keinginan mereka sebelum diunggah ke dalam platform media sosial. (Cahyono, 2016)

Dikarenakan kemajuan yang pesat dalam ranah media sosial, pengembang aplikasi media sosial bersaing untuk mengembangkan platform mereka agar mampu memberikan pengalaman yang nyaman dan menarik bagi pengguna, serta mempertahankan ketertarikan mereka dalam jangka waktu yang panjang. Media sosial telah berhasil mengubah cara manusia berinteraksi, memungkinkan mereka untuk bertukar informasi secara langsung tanpa batasan waktu dan tempat. Awalnya, komunikasi dalam media sosial bersifat satu arah, namun kini telah berkembang menjadi interaksi dua arah di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen konten yang diunggah oleh pihak lain, melainkan juga berperan aktif dalam memberikan respons terhadap konten yang diposting oleh para pengguna lainnya.

Keunggulan dari media sosial secara khusus terkait dengan generasi milenial dan generasi Z, yang merujuk pada kelompok individu yang lahir dalam

rentang waktu tertentu. Dilansir dari kompas.com, generasi milenial adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 1995, sedangkan generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2000. Kedua generasi ini muncul pada masa di mana teknologi telah maju dan terus mengalami perkembangan pesat. Generasi milenial dan generasi Z secara umum dikenal sebagai mereka yang mahir dalam memanfaatkan media sosial, selalu memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan aktif dalam mencari berbagai informasi.

kelompok individu yang lahir antara tahun 1980 hingga 1995, sedangkan generasi Z merujuk pada mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2000. Kedua generasi ini muncul pada masa di mana teknologi telah maju dan terus mengalami perkembangan pesat. Generasi milenial dan generasi Z secara umum dikenal sebagai mereka yang mahir dalam memanfaatkan media sosial, selalu memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan aktif dalam mencari berbagai informasi.

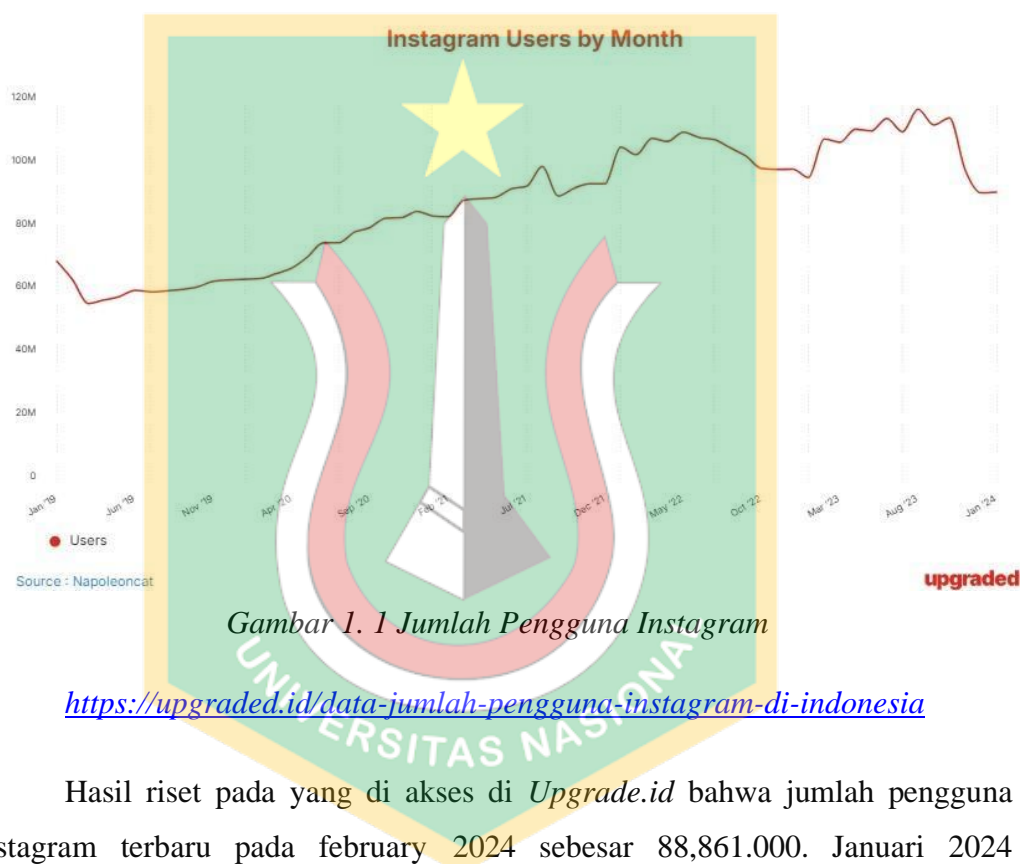
Karena seperti yang diketahui, hampir semua individu dari generasi milenial dan generasi Z mempunyai smartphone dan tentunya akun media sosial karena mereka merasa semua dapat dengan mudah dan bahkan lebih cepat didapatkan di media sosial. Hal ini tentu penting karena generasi milenial dan generasi Y adalah generasi yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat kepada siapapun, baik anggota keluarga, teman, dan orang disekitarnya salah satunya dengan menggunakan aplikasi media sosial Instagram.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berbasis gambar atau video yang dapat diakses secara daring. Instagram didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini mengandalkan gambar dan video sebagai penunjang jalannya aplikasi tersebut, Instagram sangat mudah digunakan dan luas jangkauannya sehingga banyak dimanfaatkan untuk berbagi informasi yang dilakukan dengan cara mengunggah konten, mengirim konten ke teman atau kerabat, mengomentari konten yang diunggah oleh pengguna lain dan masih banyak lagi.

Kehadiran media sosial Instagram telah mengubah pola perilaku masyarakat pada masa kini. Fenomena ini terjadi karena Instagram menjadi sebuah sarana yang efisien dalam penyebaran informasi dan promosi, terlebih lagi bagi para pelaku

bisnis yang dapat memanfaatkannya sebagai platform untuk mempromosikan produk mereka kepada khalayak. Dengan demikian, Instagram telah menjadi salah satu kanal media sosial yang memfasilitasi masyarakat dalam berbagi informasi di ranah publik. (Aidil Nur & Pienrasmi, 2021)

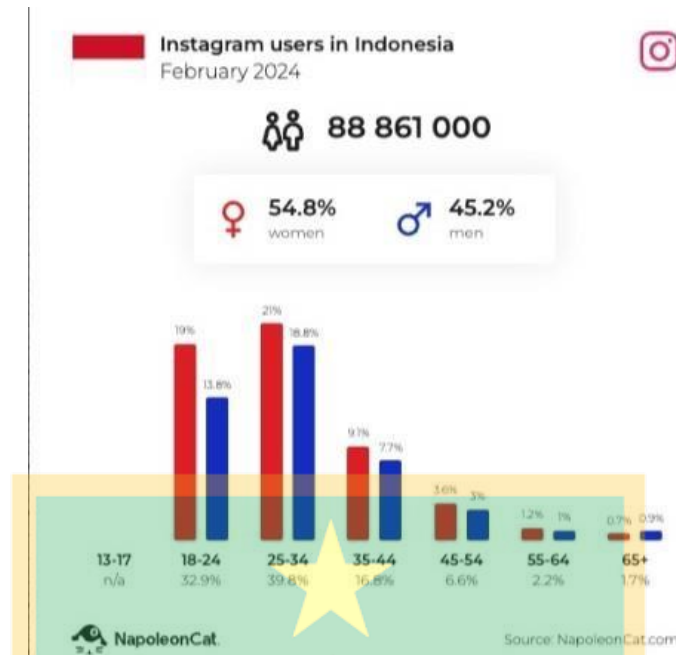
Tentu dengan keunikan dan keunggulan yang dimiliki oleh Instagram, menjadikan aplikasi media sosial ini menjadi salah satu media sosial yang sangat digemari oleh khalayak banyak dan dapat dilihat di tabel berikut :Sumber:



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram

<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Hasil riset pada yang di akses di *Upgrade.id* bahwa jumlah pengguna Instagram terbaru pada february 2024 sebesar 88,861.000. Januari 2024 89.891.000,Desemberr 2023 89.666.400. November 2023 96.965.500. Sebagai tambahan informasi yang dilansir dari (kompas.com), rata-rata orang indonesia dapat menghabiskanwaktu 8 jam 52 menit sehari untuk mengakses internet yang 3 jam 14 menitnya digunakan untuk melihat media sosial. Total pengguna aktif media sosial yang menggunakan smartphone atau tablet di Indonesia adalah 168,5 juta jiwa dengan presentase 99 persen.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Hasil riset pada yang di akses di *Napoleoncat.com* Pada Februari 2024, jumlah pengguna Instagram mencapai 88,861,000 orang, yang mewakili 31.6% dari total populasi Indonesia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, dengan proporsi mencapai 54.8%. Demografis usia pengguna Instagram terbesar di Indonesia adalah usia 25 hingga 34 tahun, mencakup 35,400,000 orang. Selain itu, terdapat perbedaan jumlah pengguna berdasarkan gender pada rentang usia 18 hingga 24 tahun, di mana jumlah perempuan lebih banyak sebanyak 12,300,000 orang..

Media sosial Instagram telah menjadi sarana yang dimanfaatkan oleh berbagai instansi pemerintahan Indonesia sebagai alat publikasi melalui situs web resmi instansi tersebut. Di dalam lingkungan perusahaan, peran Instagram sebagai media sosial memiliki kepentingan yang signifikan dalam menjembatani interaksi antara pengguna dengan seluruh audiensnya. Hal ini memiliki dampak yang substansial terhadap dinamika komunikasi, terutama dalam konteks instansi, perusahaan, atau organisasi tertentu. Fenomena ini disebabkan oleh kemampuan Instagram dalam menyediakan akses yang mudah bagi pengguna untuk mendapatkan informasi terkait data atau permasalahan tertentu yang berkaitan dengan manajemen informasi.

Berdasarkan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (2008), semua elemen badan publik pemerintah, mulai dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah (Provinsi dan Kabupaten/Kota), diwajibkan untuk secara rutin, tahunan, atau segera memberikan informasi kepada masyarakat yang memerlukannya, kecuali informasi yang dikecualikan menurut undang-undang. Masyarakat juga diharapkan memanfaatkan informasi yang diperoleh dengan bijaksana sesuai peraturan undang-undang. Dalam perspektif keterbukaan informasi publik, prinsip utama tata kelola yang baik (good governance) mencakup akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi.

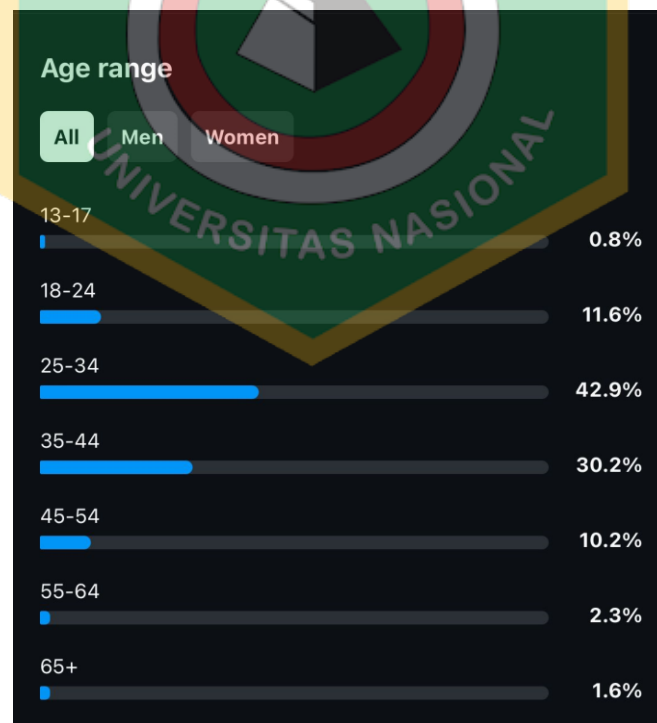
Pengolahan dan penyediaan data informasi atau seksi yang mengurus kegiatan atau program kehumasan menggunakan media sosial sebagai salah satu cara membangun citra positif lembaga juga dengan jejaring penyebaran informasi yang meluas. Penggunaan media sosial instagram dirasa sangat membantu dan memudahkan masyarakat atau khalayak dalam mencari suatu informasi. (Citra, Rahma Ari, 2021)

Informasi perhubungan di DKI Jakarta memiliki peran krusial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama di kota yang dikenal dengan tingkat kepadatan lalu lintas yang tinggi. Akses terhadap informasi yang akurat dan terkini mengenai kondisi jalan, rute alternatif, jadwal transportasi umum, serta kebijakan lalu lintas dapat membantu masyarakat dalam merencanakan perjalanan dengan lebih efisien. Hal ini tidak hanya mengurangi kemacetan, tetapi juga meningkatkan keselamatan di jalan dan mengoptimalkan penggunaan transportasi publik. Dengan demikian, informasi perhubungan yang mudah diakses dan terpercaya menjadi elemen penting dalam mendukung mobilitas yang lancar dan berkualitas di DKI Jakarta.

Kemacetan di DKI Jakarta merupakan masalah yang semakin parah dan kompleks, dengan dampak yang signifikan terhadap mobilitas masyarakat, ekonomi, dan lingkungan. Dinas Perhubungan DKI Jakarta melalui instagram membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah tersebut dengan memberikan informasi terkait transportasi, lalu lintas dan kebijakan daerah yang membantu masyarakat melewati kemacetan yang terjadi di DKI Jakarta.

Salah satu instansi pemerintah DKI Jakarta yang memanfaatkan media sosial Instagram yakni bidang Humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta, yang bertugas mengelola dan menyediakan berita, Informasi dan Dokumentasi, serta mempublikasikan kerja sama dan menjalin hubungan dengan media massa. Pada hakikatnya peran Humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media publikasi untuk mendorong Masyarakat yang mempunyai opini public maupun mewedahi masukan dari publik, dan mengunggah setiap kegiatan Dinas Perhubungan DKI Jakarta. itu berguna memulihkan kepercayaan yang menurun dan menaikkan citra dimata Masyarakat.

Dalam penelitian Ini media sosial Instagram dipilih sebagai media publikasi yang digunakan karena dari media publikasi humas dinas perhubungan Provinsi dki Jakarta instagramlah yang paling banyak dalam pengikutnya. dimulai dari Instagram, Twitter(x), Youtuber, Website dan Facebook. Instagram @dishubdkijakarta juga media publikasi yang paling update dan juga direkomendasikan di website <https://dishub.jakarta.go.id/media-sosial/> untuk melihat kegiatan seputar dinas perhubungan provinsi DKI Jakarta disamping itu untuk range umur 25-40 tahun sampai 40 %



Gambar 1. 3 Range Usia di Instagram Dinas Perhubungan DKI Jakarta

Dalam media sosial instagram dinas perhubungan DKI Jakarta range umur yang paling banyak memfollow instagram dinas perhubungan dki jakarta yaitu di umu 25-34 dan 35 – 44 dimana mayoritas di umur masyarakat sudah bekerja, yang berarti informasi yang diberikan oleh dinas perhubungan dki jakarta sangat informatif dan bermanfaat bagi masyarakat yang bekerja.

Selaras dengan pernyataan juanita yang menyatakan bahwa instagram adalah media yang menyebarkan informasi untuk setiap harinya.

“ Dishub memiliki banyak platform, namun saat ini fokus utamanya adalah pada Instagram (IG). Kenapa? Karena audiensnya jauh lebih besar dan lebih luas, sehingga potensinya untuk menyebarkan informasi lebih tinggi. Karena audiens di Instagram jauh lebih besar dibandingkan dengan platform lainnya, semua kegiatan, program, sosialisasi, informasi, dan edukasi awalnya akan masuk ke IG, IG juga menjadi sarana utama untuk menerima pengaduan atau pertanyaan.”

Tabel 1. 1 Perbandingan Media sosial Yang digunakan Oleh Dinas Perhubungan DKI Jakarta

	<p>Twitter (x) Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan followers 44,4 Ribu https://x.com/dishubjakarta</p>
	<p>Facebook Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan followers 18 Ribu. https://www.facebook.com/dishubdkijakarta/</p>

	<p>Youtube Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan Followers 1,45 Ribu. https://www.youtube.com/@dinasperhubunganpro_vinsidk7359</p>
	<p>Instagram Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan Followers 184 ribu. Sumber: https://www.instagram.com/dishubdkijakarta/</p>
	<p>Tiktok Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan Followers 1462. Sumber : https://www.tiktok.com/@dishubdkijakarta?is_from_webapp=1&sender_device=pc</p>

Akun Instagram @Dishubdkijakarta dibuat pada bulan Juni Tahun 2016. Alasan Peneliti memilih media sosial Instagram sebagai penelitian dikarenakan Instagram menjadi media sosial yang digunakan oleh Humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta terbanyak, yaitu berjumlah 184 ribu Followers Instagram @Dishubdkijakarta diakses pada tanggal 17 April 2024.

Humas Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta menginformasikan melalui beberapa konten yang dikreasikan semenarik mungkin untuk diposting dalam akun @Dishubdkijakarta, baik berupa video ataupun gambar. Yang dibagikan pada akun media sosial Instagram @Dishubdkijakarta yaitu cukup beragam. Dimulai dari pengingat ganjil genap ditiadakan, penutupan jalan, mengucapkan selamat Idul Fitri, penindakan kepada pengguna jalan, pengatur jalan

raya, bakti sosial, stiker disabilitas, hari bebas kendaraan bermotor, MRT, LRT, Transjakarta, Transportasi Publik, dan sebagainya.

Tabel 1. 2 Konten Instagram Dinas Perhubungan DKI Jakarta

	<p>Penindakan lawan arah</p>
	<p>Info Terkait Transjakarta yang berkolaborasi dengan Tije</p>
	<p>Program CSR dki jakarta (mudik gratis)</p>

Sumber: <https://www.instagram.com/dishubdkijakarta/>

Penggunaan media sosial sebagai alat publikasi oleh Humas memiliki tujuan untuk memfasilitasi interaksi yang lebih mudah antara instansi dengan publik, mengumpulkan umpan balik dari masyarakat, serta menjadi platform untuk memperkenalkan dan mempublikasikan program dan kebijakan pemerintah, serta sebagai saluran klarifikasi dalam menghadapi krisis perusahaan. Selain itu, media sosial juga memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi masyarakat terhadap Dinas Perhubungan DKI Jakarta, yang dapat membentuk citra yang positif

melalui pemanfaatan Instagram sebagai alat komunikasi yang efektif.

Proses penyebaran informasi dan publikasi untuk meningkatkan citra menggunakan media sosial harus melalui perencanaan yang baik dan strategi yang tepat. Semua bentuk penyebaran informasi dan publikasi harus memiliki rencana sistematis untuk lembaganya. Banyak lembaga humas telah menggunakan Instagram sebagai media publikasi. Salah satunya adalah humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta, yang telah memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi.

Dalam Hal ini Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi Humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta , yang meliputi pengumpulan data, perencanaan dan evaluasi. Jika Analisis Pemanfaatan Media sosial Instagram oleh humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta berhasil maka diharapkan dapat tercapainya tujuan yang telah di tentukan oleh Perusahaan atau organisasi. Selain itu akan ada pandangan dan sikap yang positif baik dari insternal atau eksternal Perusahaan atau lembangan makan akan terbentuk pandangan positif tentang kepercayaan yang dapat meningkatkan citra Lembaga.

Peneliti pun tertarik untuk meneliti pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi Humas Dinas Perhubungan DKI Jakarta karena warga DKI Jakarta membutuhkan edukasi yang diberikan dari sumber terpercaya agar masyarakat mengetahui seputar perhubungan DKI Jakarta hal apa yang harus dilakukan baik dalam Menaati aturan ganjil genap, Transportasi Umum, Berkendara yang baik, liburan di Jakarta, DLL. Maka dari itu berdasarkan dari latar belakang diatas, peneliti ingin mengupas lebih dalam lagi apakah akun Instagram Dinas Perhubungan Dki Jakarta sudah berperan dengan baik untuk Menikkan Citra Dinas Perhubungan DKI Jakarta dengan penelitian yang diberi judul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DINAS PERHUBUNGAN DKI JAKARTA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana cara Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Publikasi Dinas Perhubungan DKI Jakarta

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah diatas, peneliti mempunyai tujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Publikasi Dinas Perhubungan DKI Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang, peneliti membagi menjadi dua bagian yaitu secara akademis dan secara praktis. Berikut penjabaran dan keduanya :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan guna memperkaya teori-teori komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DINAS PERHUBUNGAN DKI JAKARTA” Juga dapat memperkaya bahan referensi dan rujukan teori – teori terutama mengenai bidang kehumasan, publikasi dan teori *two way symmetrical* .

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi Dinas Perhubungan DKI Jakarta untuk menganalisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Publikasi Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan awareness masyarakat dalam pandangannya terhadap Dinas Perhubungan DKI Jakarta.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam lingkup pembahasan penelitian ini, struktur penulisan berjudul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DINAS PERHUBUNGAN DKI JAKARTA” akan diorganisir ke dalam lima bab, yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti merinci latar belakang masalah dengan menjelaskan strategi humas, merumuskan masalah, menetapkan tujuan penelitian, mengidentifikasi

manfaat penelitian, dan merincikan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, terdapat uraian mengenai penelitian terdahulu, teori yang relevan, metode analisis yang digunakan, dan kerangka berfikir. Penelitian terdahulu dipaparkan sebagai acuan untuk menilai persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, serta lokasi dan jadwal penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup penyajian hasil penelitian dan analisisnya, meliputi gambaran umum perusahaan, profil instansi, sejarah singkat instansi, serta uraian hasil observasi dan wawancara lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, terdapat rangkuman kesimpulan dari penelitian dan saran yang diberikan. Kesimpulan dan saran dibagi menjadi aspek teori.

