

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Publikasi adalah informasi yang berguna untuk menarik perhatian terhadap suatu tempat, orang, atau sebab yang biasanya dimuat dalam suatu media cetak atau publikasi dan selalu berkaitan dengan kepentingan publikasi yang dapat berupa berita, laporan, dan opini. Publikasi pada instansi pemerintah merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk mendekatkan kepentingan pemerintah dan masyarakat secara bersama-sama. Publikasi yang dihasilkan oleh instansi pemerintah berfungsi untuk mempublikasikan kebijakan dan menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat, sehingga memungkinkan adanya fasilitas untuk mempermudah akses masyarakat terhadap informasi. (Jaya, 2024)

Kegiatan humas merupakan proses penyebaran informasi baik secara internal maupun eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa humas berfungsi sebagai perantara antara masyarakat dan pemimpin organisasi serta bawahannya, membina hubungan masyarakat internal dan eksternal. Sebagai humas berhak mengakses rencana kebijakan perusahaan, kegiatan program kerja, dan rencana bisnis perusahaan. Dunia usaha dipengaruhi oleh keinginan masyarakat. Oleh karena itu, hubungan kerjasama antara Humas dan Media (media Relations) harus terjalin komunikasi yang efektif guna mendorong kerja sama, mencapai tujuan lembaga, dan memastikan informasi atau berita yang disebarluaskan akurat dan terkomunikasikan secara efektif.

Humas merupakan komponen penting dan strategis dalam sektor pemerintahan, yang berfungsi sebagai jembatan untuk menciptakan lingkungan positif dalam kerangka “win-win solution” di antara berbagai pemangku kepentingan organisasi baik internal maupun eksternal. Hal ini dilakukan guna meningkatkan citra institusi pemerintah. Kegiatan publikasi diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yang mengatur tentang kegiatan publikasi kepada masyarakat, dan

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang mengatur hak masyarakat untuk mengakses informasi, khususnya kegiatan pemerintahan melalui publikasi. (DPR RI, 2008)

Saat ini banyak lembaga Pemerintah yang menggunakan media sosial sebagai metode komunikasi dengan masyarakat. Media sosial berperan penting dalam masyarakat dengan memfasilitasi pertukaran informasi dan pencarian informasi yang dinilai lebih efisien, lugas, dan efektif. Pesatnya kemajuan media sosial telah secara signifikan menghambat pertumbuhan media tradisional, termasuk televisi, radio, dan majalah. Hal ini disebabkan oleh cara media sosial memfasilitasi akses pengguna terhadap informasi. Suatu instrumen atau metode yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak luas melalui penggunaan teknologi digital atau yang disebut dengan jaringan teknologi, komunikasi, dan informasi disebut dengan Media Baru. Internet, situs web, dan komputer multimedia merupakan contoh media baru. Meski demikian, internet lebih dikenal luas atau lebih populer sebagai inovasi media baru. (Nasrullah, 2022)

Media sosial adalah salah satu contoh media baru. Internet telah meningkatkan penggunaan media sosial secara signifikan, dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga terjadi dengan pesat. Oleh karena itu, hal ini berdampak besar pada keberadaan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi dapat menjadi sarana penyebaran informasi. Media sosial menyediakan sarana untuk meningkatkan komunikasi dengan mengubah pola interaksi sosial, serta berkomunikasi secara lebih efektif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ia mampu dengan cepat memperoleh umpan balik, mengubah perilaku dan gaya hidup, serta mempengaruhi persepsi dan opini masyarakat.

Kini media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan komunikasi dan sudah banyak dipergunakan oleh Organisasi, Korporasi, Pemerintahan, hingga Lembaga Sosial Masyarakat. (Damayanti et al., 2023) Penggunaan media sosial dalam suatu organisasi atau instansi pemerintahan

merupakan salah satu cara untuk menyebarluaskan mengenai informasi positif secara lebih masif, serta untuk mempublikasi berbagai kegiatan yang dilakukan. Sehingga dapat mendukung terbentuknya opini maupun persepsi yang baik di masyarakat. Menurut Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw (1972) Media tidak hanya melaporkan berita, tetapi juga mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dengan memilih isu tertentu untuk diliput, media dapat membentuk agenda masyarakat. (Efendi et al., 2023)

Berdasarkan fungsinya, sudah sepatutnya media sosial digunakan sebagai media penyebar informasi serta publikasi oleh suatu organisasi atau lembaga agar semakin banyak dikenal oleh publik, begitu juga dengan Dewan Kota Jakarta Selatan. Dewan Kota Jakarta Selatan merupakan instansi perwakilan masyarakat pada setiap kecamatan di Jakarta Selatan yang diberikan kedudukan sebagai wadah yang menghubungkan antara wilayah kerja Kota/Kabupaten dengan masyarakat di wilayah Kota dan Kabupaten Administrasi di Provinsi DKI Jakarta. Kantor Dewan Kota di Jakarta Selatan bertempat di Jalan Prapanca Raya, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.



Gambar 1. 1 Akun Instagram Dewan Kota Jakarta Selatan

Sumber: Instagram @dewankotajaksel

Dewan Kota Jakarta Selatan memiliki akun media sosial di Instagram dan Facebook untuk kegiatan penyebaran informasi dan publikasi konten. Namun, penelitian ini memfokuskan perhatian pada akun Instagram, yaitu @dewankotajaksel, yang telah memiliki 2.290 pengikut dan terus bertambah. Akun ini digunakan untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan informasi menarik kepada publik, seperti dokumentasi kegiatan pemerintahan yang diunggah dalam bentuk foto dan video. Konten ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga mencerminkan transparansi dan akuntabilitas Dewan Kota dalam menjalankan tugasnya.



Gambar 1. 2 Publikasi Kegiatan Dewan Kota Jakarta Selatan

Sumber: Instagram @dewankotajaksel

Instagram dipilih karena akun @dewankotajaksel memiliki jumlah pengikut yang lebih tinggi dibandingkan dengan Facebook. Selain itu, akun Instagram @dewankotajaksel memiliki jumlah pengikut tertinggi

dibandingkan dengan akun Dewan Kota di wilayah lain, yang menunjukkan jangkauan audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, hal ini memberikan peluang yang lebih besar untuk menganalisis efektivitas publikasi konten yang dilakukan. Dengan jumlah pengikut yang signifikan, interaksi yang terjadi pada akun ini lebih representatif untuk mengevaluasi dampak media sosial terhadap citra lembaga.

Di samping itu, @dewankotajaksel juga menunjukkan konsistensi dalam mempublikasikan konten yang menarik, informatif, dan relevan. Konten-konten tersebut mencakup dokumentasi kegiatan, penyampaian informasi publik, serta visualisasi yang menarik. Dengan demikian, konsistensi ini menjadikan akun @dewankotajaksel sebagai studi kasus yang relevan untuk memahami bagaimana media sosial dimanfaatkan secara efektif oleh lembaga pemerintahan dalam membangun komunikasi, meningkatkan transparansi, dan memperkuat citra institusi.

Dalam hal penyajian visual, Instagram dianggap sebagai salah satu platform media sosial paling menonjol, menyediakan beragam fitur inovatif dan menarik dibandingkan dengan platform lainnya. Instagram mampu melibatkan audiens yang lebih luas, termasuk individu maupun organisasi, berkat fokusnya pada konten visual seperti foto dan video. Aset utama platform ini terletak pada fitur interaktifnya, yang tidak hanya menyederhanakan proses berbagi informasi tetapi juga memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih efektif.

Kamera dengan berbagai filter dan efek kreatif adalah salah satu fitur paling menonjol dari Instagram, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menciptakan konten berkualitas tinggi. Fitur profil memberi pengguna kesempatan untuk menampilkan identitas mereka dengan menyertakan biografi, tautan penting, dan sorotan dari aktivitas mereka yang paling signifikan. Fitur Reels sangat menarik perhatian, menawarkan video pendek yang menghibur dan mendukung tren konten viral dengan format dinamis yang mudah dibagikan. Selain itu, algoritma platform dapat menghubungkan konten dengan lebih banyak pengguna berdasarkan minat

mereka, dengan memungkinkan pengguna memperluas jangkauan audiens secara organik melalui penggunaan hashtag, tag, dan caption.

Fitur tambahan seperti Instagram Stories dan highlights menyediakan metode unik untuk menyimpan dan menyajikan momen-momen penting secara lebih terstruktur. Sementara Instagram Stories menawarkan platform untuk konten yang lebih spontan dan sementara, Highlights berfungsi sebagai arsip permanen dari Stories yang biasanya hanya dapat diakses selama 24 jam. Hal ini mendorong audiens untuk tetap terinformasi tentang aktivitas terbaru. Selain itu, keterlibatan audiens secara langsung ditingkatkan melalui fitur interaktif lainnya, seperti polling, Q&A, dan stiker di dalam Stories.

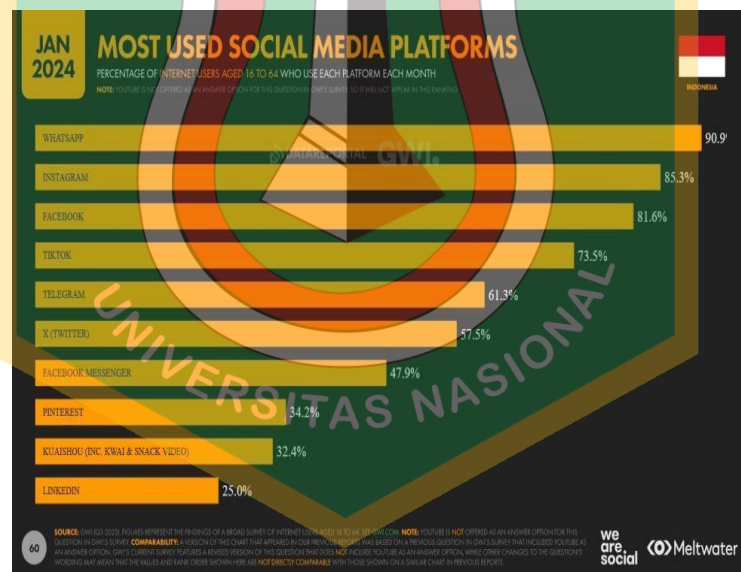
Menurut laporan We Are Social pada Januari 2024, Instagram merupakan platform media sosial kedua yang paling sering digunakan di Indonesia, dengan 85,3% pengguna internet memanfaatkannya. Angka ini hanya berada di bawah WhatsApp (90,9%) dan diikuti oleh Facebook (81,6%) serta TikTok (73,5%). Popularitas Instagram ini membuatnya menjadi media yang strategis untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif.

Popularitas Instagram yang tinggi menjadikannya sebagai platform yang sangat strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan basis pengguna yang begitu besar, Instagram menawarkan peluang bagi berbagai organisasi, termasuk Dewan Kota Jakarta Selatan, untuk menyampaikan informasi dan membangun komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat. Audiens yang aktif di Instagram tidak hanya terbatas pada satu kelompok usia atau demografi, melainkan mencakup berbagai lapisan masyarakat, yang membuat platform ini sangat potensial untuk memperluas jangkauan pesan publik.

Algoritma Instagram juga memainkan peran penting dalam mencerminkan serta membentuk kebiasaan masyarakat dalam berinteraksi di media sosial. Kebiasaan masyarakat kini semakin mengutamakan konten visual seperti gambar dan video dibandingkan teks panjang. Algoritma

Instagram memperkuat tren ini dengan menampilkan konten visual yang paling banyak berinteraksi, sehingga pengguna terus mencari dan berbagi konten serupa.

Fitur seperti stories mendorong pengguna untuk membagikan momen sehari-hari dalam format singkat dan menarik. Algoritma menyortir konten semacam ini, memperkuat rasa komunitas dan koneksi antar pengguna. Selain itu, banyak masyarakat kini mengandalkan media sosial untuk mendapatkan berita terkini, dengan algoritma Instagram menyajikan konten yang relevan berdasarkan interaksi pengguna. Kebiasaan pengguna dalam menggunakan *hashtag* juga memainkan peran penting dalam penemuan konten yang relevan. Algoritma Instagram mengoptimalkan pencarian ini dengan menampilkan konten yang paling relevan, mencerminkan minat dan tren yang berkembang di masyarakat.



Gambar 1. 3 Data Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia Th.2024

Sumber: katadata.id 2024

Berdasarkan data yang telah disajikan, instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia yang berada di urutan ke 2. Hal ini menunjukkan bahwa sudah seharusnya lembaga pemerintahan di Indonesia memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai media

penyebar informasi serta publikasi untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi terkait kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah.

Pada tahun 2024 jumlah penduduk Kota Jakarta Selatan tercatat sebanyak 2,36 juta jiwa (Darmawan, 2024). Sementara akun Instagram Dewan Kota Jakarta Selatan hanya memiliki 2.445 pengikut, hanya kurang dari 0,1% dari total populasi yang mengikuti akun @dewankotajaksel. Meskipun jumlah pengikut yang rendah, Instagram tetap menjadi salah satu platform penting dalam membangun citra lembaga dan menyebarkan informasi terkait kegiatan pemerintahan.

Citra lembaga tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut, tetapi juga oleh bagaimana informasi disampaikan secara efektif, menarik, dan mampu membangun kepercayaan publik. Jika publikasi tidak menarik perhatian publik atau kurang efektif dalam membangun interaksi, citra lembaga bisa menjadi kurang dikenal dan transparansi informasi kepada masyarakat menjadi terbatas. Sehingga penting untuk memahami bagaimana strategi publikasi saat ini berkontribusi terhadap citra lembaga dan bagaimana efektivitasnya dalam menjangkau serta memengaruhi persepsi publik.

Urgensi penelitian ini terletak pada peran media sosial dalam membangun citra lembaga pemerintahan. Meskipun jumlah pengikut akun Instagram Dewan Kota Jakarta Selatan hanya 2.445 dari total 2,36 juta penduduk Jakarta Selatan, media sosial tetap menjadi alat komunikasi yang potensial dalam menjangkau masyarakat. Keterbatasan jumlah pengikut dan rendahnya interaksi menandakan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan masih perlu dianalisis dan dioptimalkan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengevaluasi bagaimana strategi publikasi melalui Instagram dapat ditingkatkan guna memperkuat transparansi, kredibilitas, dan keterlibatan publik dengan Dewan Kota Jakarta Selatan.

Berdasarkan dengan uraian tersebut, penulis tertarik untuk memilih judul yaitu “**Analisis Publikasi Kegiatan Kunjungan Kerja Dewan Kota**

Jakarta Selatan Melalui Instagram dalam Upaya Menjaga Citra Lembaga”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana analisis publikasi kegiatan kunjungan kerja Dewan Kota Jakarta Selatan melalui Instagram bertujuan untuk menjaga citra lembaga.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, penelitian ini perlu diarahkan secara jelas agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam publikasi kegiatan kunjungan kerja Dewan Kota Jakarta Selatan melalui Instagram dalam Upaya Menjaga Citra Lembaga.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan serta memperluas wawasan tentang Ilmu komunikasi dan pengembangan teori komunikasi publik, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial sebagai saluran untuk menyebarkan informasi dan membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi praktisi komunikasi, khususnya dalam sektor pemerintahan, untuk memahami tren dan teknik yang efektif dalam pengelolaan media sosial guna membangun citra dan komunikasi yang baik dengan publik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam proposal penelitian ini, disusun sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian. Pendahuluan memberikan gambaran umum tentang alasan dilakukannya penelitian dan pentingnya masalah yang diangkat untuk dikaji lebih lanjut.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas teori-teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti juga merangkum hasil penelitian terdahulu sebagai dasar dalam merumuskan hipotesis atau kerangka pemikiran penelitian yang akan dilakukan.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, desain penelitian, teknik pengumpulan data, dan cara analisis data. Bab ini memaparkan bagaimana penelitian dilaksanakan secara sistematis dan terarah untuk mencapai tujuan penelitian.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian yang dianalisis dan dibandingkan dengan teori atau penelitian terdahulu. Pembahasan menjelaskan temuan-temuan penelitian, keterkaitan antara variabel, serta interpretasi dari data yang telah dianalisis.

5. BAB V PENUTUP

Penutup menyajikan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini juga mencantumkan saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya atau untuk aplikasi praktis dari temuan penelitian.