

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

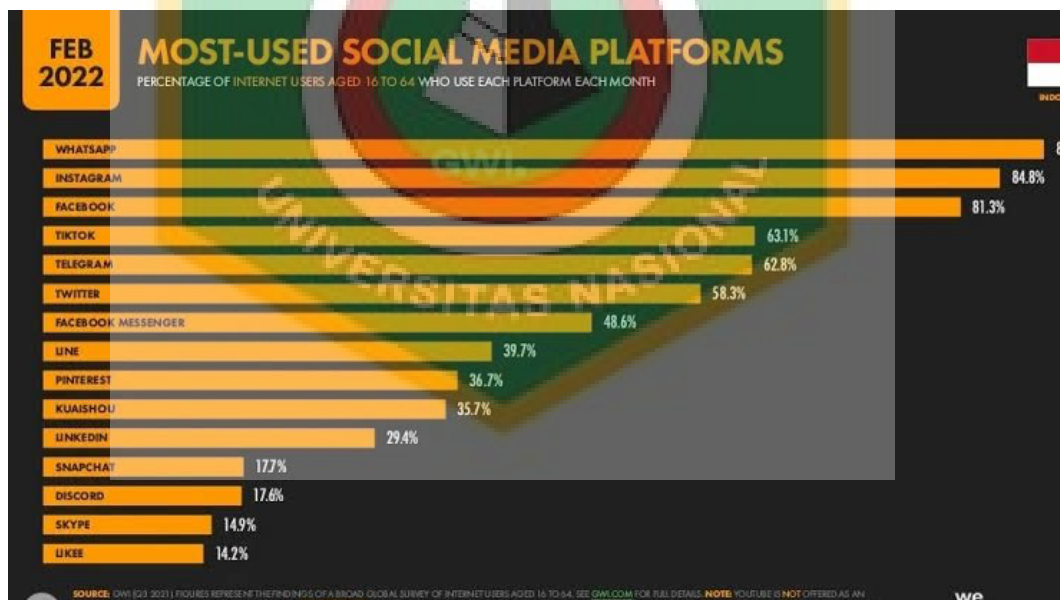
Di era modern ini, perkembangan teknologi merupakan hal yang tidak dapat terelakkan. Dengan meningkatkan fungsionalitas dan kegunaan, teknologi modern kini mulai mempermudah aktivitas manusia di segala bidang, termasuk komunikasi. Dari perangkat keras seperti komputer dan smartphone, hingga bentuk digital seperti Internet dan media sosial, teknologi modern perlahan mengubah bentuk dan kebiasaan komunikasi di masyarakat saat ini. Besarnya pengaruh internet dan media sosial dalam penyampaian informasi dan membangun relasi yang hampir tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, mulai menarik banyak pihak untuk menggunakan media tersebut, antara lain humas atau praktisi humas, instansi pemerintah, dan hubungan publik dan pribadi dengan perusahaan untuk mendukung aktivitas mereka agar terhubung dengan masyarakat.

Humas pada dasarnya berperan buat menjalankan kedekatan dengan publiknya, semacam yang dikatakan oleh Cutlip, Center serta Broom kalau “Humas merupakan guna manajemen yang membangun serta mempertahankan ikatan yang baik serta berguna antara organisasi dengan publik yang pengaruhi kesuksesan ataupun kegagalan organisasi tersebut”.¹

¹ Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom. Glen. M. (2009), *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.

Salah satu ukuran dari menjalankan kedekatan merupakan komunikasi. Dulu, humas memakai media massa konvensional semacam tv, pesan berita cetak serta radio buat berbicara dengan publiknya dengan metode publikasi. Data yang diberikan pada biasanya berkaitan dengan kegiatan yang dicoba oleh pemerintahan. Pemakaian media massa konvensional setelah itu dinilai tidak efisien sebab pola komunikasi yang terjalin cenderung satu arah ialah dari pemerintahan ke publiknya selaku audiens serta tidak berlaku yang kebalikannya.²

Dengan ketidakefektivan tersebut, internet yang muncul serta tumbuh menawarkan pemecahan terciptanya arus komunikasi 2 arah apalagi multi arah yang menimbulkan posisi publik dengan pemerintahan ataupun bermacam pihak lain lebih sejajar.



Gambar 1 Grafik Media Sosial Pada Feb 2022

² Kustadi Suhandang, Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi, Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia, 2004, hlm. 47

Berbagai kemudahan juga diberikan semaksimal mungkin dengan ketersediaan data beserta dengan berbagai formatnya mulai dari bacaan, foto hingga ke video yang seluruhnya bisa disediakan dalam satu tampilan di suatu web. Kelebihan-kelebihan tersebut setelah itu jadi magnet untuk warga luas buat bisa memakainya tercantum di Indonesia bagi Databoks pengguna Internet di Indonesia tahun 2021 merupakan 212,35 juta user di Maret 2021.

Media internet membuat kerja praktisi humas masa saat ini hadapi pergantian yang sangat luar biasa. Humas masa saat ini bukan cuma wajib profesional berhubungan dengan warga, tercantum media, namun pula dituntut memahami ikatan langsung dengan warga. Kepribadian dalam dunia maya telah tentu tidak sama dengan kepribadian jurnalis, media ataupun industri media ataupun kepribadian yang standar. Seseorang praktisi humas wajib lebih waspada dengan terdapatnya fenomena tersebut. Praktisi humas dituntut pula buat mempunyai watak analisis yang besar sehingga tidak termakan dengan isu-isu yang menyebar di dunia online.

Media online bisa dijadikan selaku penyalur data yang aktual, contohnya kendala teknis yang dirasakan oleh pemerintahan bisa disalurkan dengan kilat. Pengumuman untuk warga luas yang bertabiat nasional, ataupun sebagian kebijakan pemerintahan. Tidak hanya itu dengan terdapatnya media online, visi misi pemerintahan tersebut bisa dipaparkan dengan jelas beserta program- program kerja yang sudah disusun. Khasiat yang didapat oleh praktisi humas bila di dalam institusi yang dinaunginya mempunyai media online. Media online merupakan

terus menjadi terbukanya Interaksi secara langsung kepada para *stakeholdersnya*, perihal ini bisa diperoleh dengan layanan chat ataupun e-mail yang umumnya ada dalam suatu web departemen.

Media Sosial ialah sarana dunia maya yang dapat kita manfaatkan buat memberitahukan data, hiburan, panduan, pengalaman, dan lain-lainnya. Banyak sekali macam-macam media sosial yang dapat ditemui di dunia maya pada era masa globalisasi saat ini. Semacam Facebook, Twitter, Path, Instagram, Ask.fm, serta lain- lain, media sosial seperti itu yang memiliki kedudukan berarti untuk para praktisi humas. Selaku humas memanglah telah diharuskan wajib senantiasa menulis serta tulisan tersebut telah sepatutnya dilansir di media social sehingga warga bisa membaca serya mengenali kejadian apa saja yang terjalin.

Pengelolaan merupakan kegiatan yang biasa dilakukan oleh suatu organisasi, lembaga atau pemerintahan dalam hal mempublikasikan, pemeliharaan atau mengatur secara sistematis yang berkaitan dengan suatu organisasi, lembaga atau perusahaan tersebut.

Pengelolaan merupakan usaha atau upaya suatu lembaga atau pemerintah yang mengatur sumber-sumber yang ada di dalamnya agar dapat bermanfaat bagi lembaga atau perusahaan tersebut. Salah satu pengelolaan yang digunakan oleh lembaga atau perusahaan di era digital ini adalah pengelolaan media sosial.

G.R Terry mengatakan bahwa pengelolaan merupakan proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan

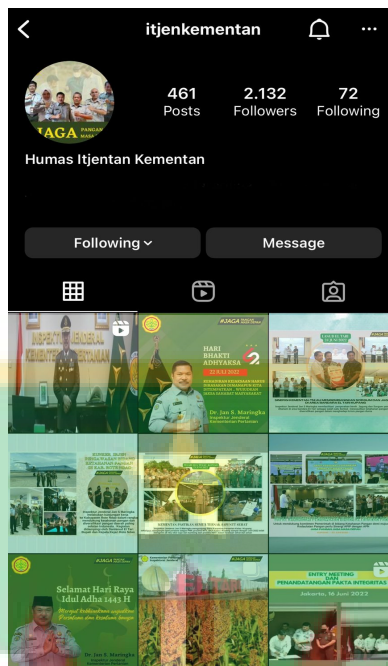
pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.³

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

Instagram jadi salah satu media sosial yang bisa dimanfaatkan selaku media interaksi dengan khalayak. Satu akun bisa mengunggah gambar ataupun video dengan (durasi optimal 60 detik) sehingga khalayak bisa melihat informasi secara jelas.



³ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 26



Gambar 2 Profil Instagram @itjenkementan

Akun Instagram Inspektorat Jenderal Pertanian dibuat pada tahun 2017, dan saat ini telah diikuti oleh 2.132 pengikut (diperbarui pada 20 Juli @itjenkementan, 2022) , total 2.132 pengikut, 461 *post* berupa foto dan video.

Pada penelitian ini, penulis memilah Inspektorat Jenderal Departemen Pertanian selaku objek penelitian. Inspektorat Jenderal Pertanian ialah pemerintahan yang menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang Pertanian. Penulis memandang pemerintahan ini sebab mempunyai tujuan dalam usaha pelayanan publik buat membangun ikatan serta citra pemerintahan lewat media

sosial Instagram @itjenkementan dengan menjadikan warga selaku kunci dalam usaha pelayanan publik.⁴

Humas Inspektorat Jenderal Pertanian sudah menggunakan media sosial dengan baik buat menunjang kegiatan dalam menjalankan ikatan dengan publik pemerintahan, salah satunya ialah akun media sosial instagram @itjenkementan. Akun instagram @itjenkementan ini dikelola langsung oleh humas Itjen yang terdiri dari dua media sosial ialah Facebook dan Instagram.

Dari semua media sosial Inspektorat Jenderal Pertanian, Instagram adalah salah satu media sosial yang tidak terlalu aktif dibandingkan media sosial Facebook. Menurut penulis, Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat tetapi Inspektorat Jenderal Pertanian tidak memanfaatkan fitur-fitur media sosial Instagram itu dengan baik. Perlu ditegaskan, Penelitian ini khusus untuk media sosial instagram, mengingat media sosial facebook itu sudah sangat aktif dan sudah mendapatkan output baik dari pihak *followers/audience*.

Keterbukaan Informasi Publik adalah tanggung jawab pemerintah, setiap badan publik itu wajib menginformasikan. Jadi pentingnya Informasi Publik di bidang Pertanian dikarenakan info-info yang ditujukan kepada masyarakat dan komunitas petani.

Oleh sebab itu, dapat dilihat betapa pentingnya Humas Inspektorat Jenderal Pertanian untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui akun instagram @itjenkementan. Untung mendukung hal tersebut, diperlukan dukungan Humas

⁴ Hasil prariset peneliti di kantor Inspektorat Jenderal Kementerian Pertanian. 28 Oktober 2021

Inspektorat Jenderal Pertanian dalam menjalankan pengelolaan media sosial instagram ini. Berdasarkan hasil prariset, peneliti menemukan bahwasannya pengelolaan akun instagram @itjenkementan saat ini dikelola oleh Pranata Humas Ahli Muda, yang tugasnya mengelola informasi publik dan publikasi lingkup itjen. Kondisi ini terperparah karena tidak adanya admin lebih yang mengelola media sosial Inspektorat Jenderal Pertanian ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini yang berjudul : **“Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Publik Oleh Humas Inspektorat Jenderal Pertanian “**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka peneliti memfokuskan penelitian terhadap suatu masalah yaitu :

“Bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @itjenkementan oleh Humas Inspektorat Jenderal Pertanian sebagai Media Informasi Publik?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Publik oleh Humas Inspektorat Jenderal Pertanian dalam meningkatkan *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terutama bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini baik secara praktis maupun teoritis. Manfaat tersebut dapat diketahui diantaranya yaitu untuk:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian pengembangan pengetahuan khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi Hubungan Masyarakat mengenai Humas dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi untuk melakukan penelitian terkait Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan sanggup menaikkan ilmu pengetahuan serta pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya bidang Ilmu Komunikasi dan diharapkan bisa jadi sistem yang lebih baik serta digunakan selaku perlengkapan pengawasan yang baik, selaku perlengkapan bantu dalam mengambil keputusan, serta bisa diterapkan diperusahaan buat digunakan seterusnya menimpa Humas dalam mengelola media sosial Inspektorat Jenderal Pertanian khususnya Pengelolaan Media Sosial Instagram.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam Kajian Pustaka berisi tentang Kajian Penelitian Terdahulu, Kajian Kepustakaan, Kerangka Konsep, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Membahas tentang metodologi kualitatif yang memaparkan tentang Pendekatan Penelitian, Penentuan Informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan dan Analisis Data, dan Lokasi dan Jadwal Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian yang diawali oleh gambaran umum perusahaan/profil organisasi, sejarah singkat dan gambaran hasil penelitian dan pembahasan mengenai Humas Inspektorat Jenderal Pertanian.

BAB V : PENUTUP

Kajian terakhir yang memaparkan kesimpulan dan saran.