

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan Teknologi Informasi di era Revolusi Industri 4.0 sebagai perubahan yang dihasilkan dari teknologi untuk menyalurkan informasi yang terhubung dengan sistem modern sebagai sarana Komunikasi digital. Dengan adanya perkembangan di era digital yang semakin maju dan terus berkembang beberapa masyarakat memanfaatkan media komunikasi digital sebagai media komunikasi agar lebih mudah antara satu dan lain. <sup>1</sup>

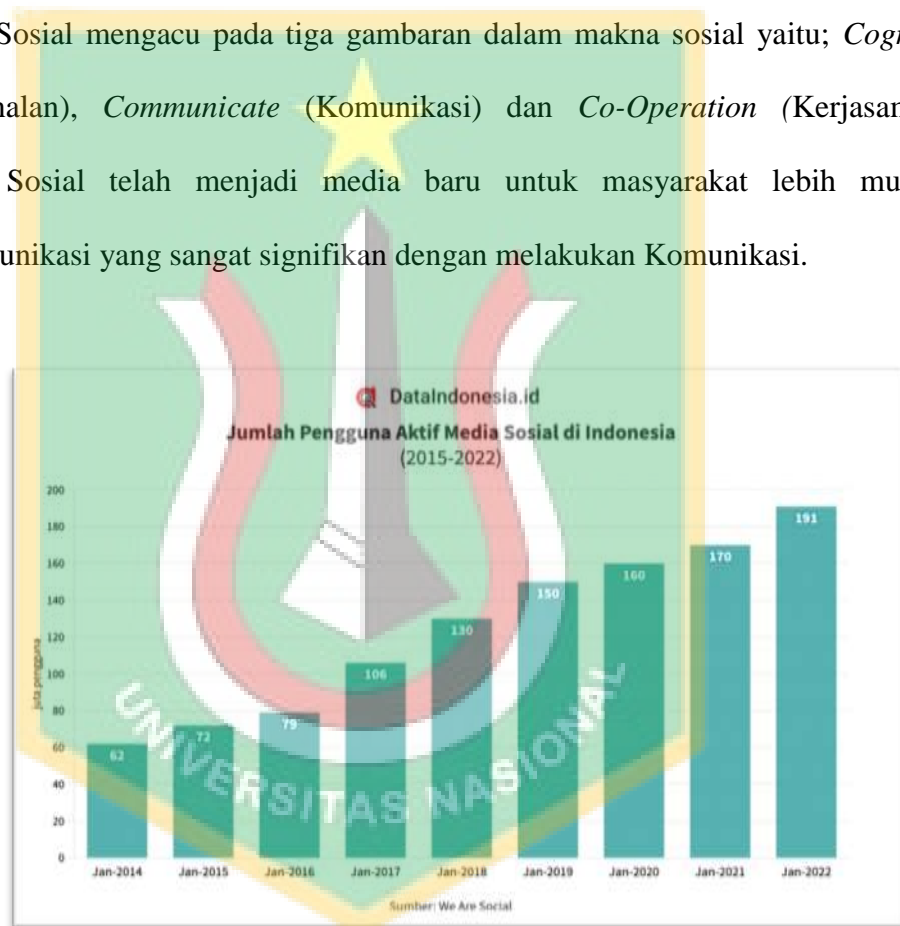
Dalam proses komunikasi di era digital menjadikan masyarakat dapat saling bertukar informasi dan terhubung tanpa adanya batas ruang jarak dan waktu sehingga mendorong aktivitas dan layanan dalam proses pertukaran informasi itu menjadi lebih mudah tanpa adanya hambatan dengan menggunakan salah satu alat komunikasi seperti *smartphone*. *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh semua kalangan sebagai media Komunikasi dan Informasi agar lebih efektif dan efisien dengan fasilitas yang ada dalam *smartphone* seperti sms,mms, email,chatting,browsing dan media sosial lainnya. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>“Analisis Strategi Penggunaan media sosial Instagram @Telkomjabar Dalam Membangun Perspektif Masyarakat,” 2019, hal. 15.

<sup>2</sup> Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* ,Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2010, hal. 83.

Media sosial merupakan media online yang dapat mengajak penggunanya dapat berpartisipasi dan berbagi dengan mudah menciptakan jejaring sosial untuk membangun hubungan dan komunikasi, Menurut Nasrullah (2015). Media sosial merupakan wadah untuk berinteraksi, bekerja dan berkomunikasi secara virtual. Media Sosial mengacu pada tiga gambaran dalam makna sosial yaitu; *Cognitif* (Pengenalan), *Communicate* (Komunikasi) dan *Co-Operation* (Kerjasama). Media Sosial telah menjadi media baru untuk masyarakat lebih mudah berkomunikasi yang sangat signifikan dengan melakukan Komunikasi.



Gambar 1.1 jumlah pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 204 juta orang pada per-Januari 2022. Jumlah ini meningkat 12,35% dibanding tahun sebelumnya yaitu sebanyak 202 juta orang. Media sosial yang berbagai platform sosial media, Whatsapp menjadi media

sosial terbanyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu sebesar 88,7%. Setelah Whatsapp disusul sosial media Instagram (84,8%), Facebook (81,3%), TikTok (63,1%) dan Telegram (62,8%).<sup>3</sup>

Salah satu media sosial yang ramai digunakan adalah *TikTok*. menurut analisis perusahaan Aplikasi *TikTok* di Indonesia menjadi urutan pasar kedua di dunia pada 2020 dengan jumlah 22,2 juta pengguna. pengguna *TikTok* di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2021 hitungan per juli dengan jumlah 92,2 juta dan pada tahun 2022 menjadi 175 juta pengguna *TikTok* naik pesat menjadi 63,1% dari jumlah tahun sebelumnya 38,7% peningkatan Aplikasi *TikTok* mulai banyak diminati pada saat Pandemi.<sup>45</sup>

Media ini sangat ramai digunakan sebagai media penyampaian Informasi baik digunakan secara individu atau organisasi untuk menyampaikan berbagai informasi. *TikTok* memiliki beberapa fitur Video, Edit Video, Stiker, *voice over* dan efek. Hal ini merupakan daya Tarik pengguna untuk menggunakan aplikasi *TikTok* sebagai sebagai peluang baik untuk penggunanya, sehingga banyak pengguna menggunakan *TikTok* untuk membuat konten seperti konten *lifestyle*, konten *fashion*, konten komedi dan konten Edukasi.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> (diakses pada tanggal 3 september 2022)

<sup>4</sup> <https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-TikTok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun> (di akses pada tanggal 29 Maret 2022)

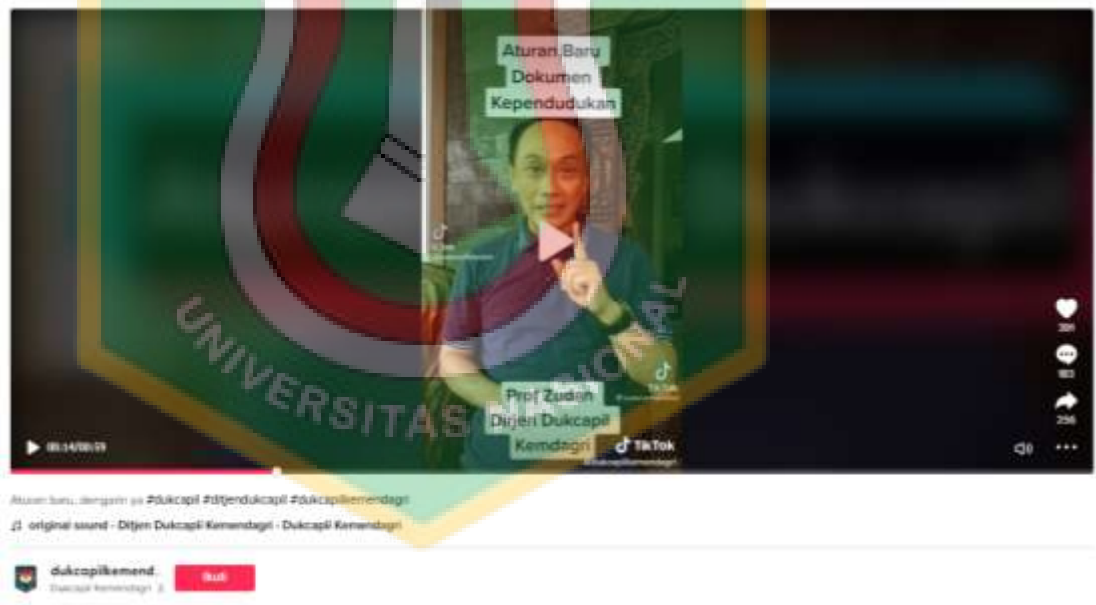
<sup>5</sup> <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/TikTok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022> (di akses pada tanggal 29 Maret 2022)

<sup>6</sup> F. Noor, "Analisa Penguunaan Smartphone dalam Pertemanan Di SMA Negeri Palangkaraya," *Teor. Komun*, vol. 2, no. 6, 2019, hal. 13–34.

Dalam menerapkan dan memanfaatkan jejaring sosial Ditjen Dukcapil menerapkan memanfaatkan jejaring media sosial Facebook, TikTok, Instagram maupun YouTube untuk sosialisasi kebijakan, berita terkini, maupun permasalahan serta solusi yang ada di lingkup Ditjen Dukcapil maupun Dinas Dukcapil Provinsi/Kabupaten/Kota. Dalam Penerapan ini memberikan informasi aktual kepada masyarakat mengenai kebijakan yang ada di Dukcapil. Sehingga pemahaman terhadap sebuah regulasi menjadi sama dan tidak berbenturan baik di tingkat pusat, provinsi, maupun kabupaten/kota yang pada akhirnya mewujudkan misi Dukcapil untuk memberikan pelayanan yang membahagiakan masyarakat.

TikTok Ditjen Dukcapil juga memelopori cara mengedukasi masyarakat tentang Pelayanan Administrasi kependudukan hbagi pejabat pelayanan publik lewat aplikasi video musik TikTok yang *trend* di kalangan *Millennials*. Dengan adanya TikTok ini juga menginspirasi Dinas Dukcapil untuk membuat akun sosial media resmi di wilayahnya masing-masing. contoh konten Edukasi TikTok milik akun @dukcapilkemendagri adalah aturan baru membuat dokumen kependudukan, Dirjen Dukcapil menjelaskan bahwa ada perkembangan baru dalam pelayanan Kependudukan untuk dokumen Kependudukan seperti Biodata, Akta lahir, Akta Perkawinan dan kartu Keluarga tidak ada tanda tangan basah atau stempel basah digantikan dengan *QR code* dan dapat di cetak sendiri oleh Masyarakat di rumah dengan kertas HVS A4 80gr, jadi masyarakat tidak perlu

khawatir dan mengurus kembali jika hilang dan rusak masyarakat dapat mencetak dengan sendiri penjelasan ini diatur dalam Permendagri Nomor 7 Tahun 2019, Permendagri 108 Tahun 2019 dan Permendagri 109 Tahun 2019.<sup>7</sup> Tujuan agar dapat mengedukasi masyarakat untuk lebih paham dengan perkembangan terbaru di Ditjen Dukcapil dan menjawab permasalahan yang di alami masyarakat dalam melakukan Pelayanan Administrasi kependudukan. Akun @dukcapilkemendagri merupakan akun resmi Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Kementerian Dalam Negeri. (Ditjen Dukcapil).<sup>8</sup>



Gambar 1.2 Contoh Konten Tiktok

<sup>7</sup> <https://vt.TikTok.com/ZSRqmk4Gf/> aturan baru dokumen Kependudukan (diakses pada 1 april 2022)

<sup>8</sup> <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/676/konten-edukasi-TikTok-dirjen-dukcapil-ditonton-lebih-23-juta-viewer> (diakses pada tanggal 1 april 2022)

Edukasi melalui sosial media khususnya aplikasi TikTok ini juga dirasakan oleh Dinas Dukcapil dapat menyederhanakan penyelesaian permasalahan yang rumit saat pelayanan Administrasi kependudukan di lapangan. Jika dilihat dari sisi lain upaya peningkatan kualitas Pelayanan Administrasi kependudukan ini juga merupakan strategi komunikasi pada sektor public atau *branding* untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat yang harus terus dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Ditjen Dukcapil merupakan kantor pelayanan Dalam mendukung program Pemerintah Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil memerlukan Strategi Komunikasi dalam melakukan hubungan kerjasama yang baik dengan pemerintah dan masyarakat dalam menjalankan kebijakan Pemerintah. Dalam pelaksanaan kebijakan memerlukan komunikasi yang baik untuk penyampaian informasi yang jelas, dan mudah dimengerti, dipahami oleh masyarakat. Untuk mencapai keberhasilan komunikasi memerlukan suatu komunikasi yang mutlak untuk mencapai komunikasi yang baik. Sehingga mengetahui apa yang dibutuhkan tujuan menjadi tepat sasaran dan kelompok yang dituju tepat sasaran.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan pada latar belakang, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan membuat judul penelitian ini dengan Strategi Komunikasi Ditjen Dukcapil melalui Aplikasi TikTok sebagai media edukasi kepada masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Penjelasan latar Belakang yang uraikan peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut “Bagaimana Strategi komunikasi Ditjen Dukcapil dalam menggunakan Aplikasi TikTok Sebagai media edukasi kepada masyarakat?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian bertujuan agar mengetahui strategi komunikasi Ditjen Dukcapil dalam menggunakan Aplikasi TikTok Sebagai media edukasi kepada masyarakat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan yang berhubungan dengan strategi komunikasi dalam penggunaan media sosial aplikasi TikTok dalam suatu organisasi atau Instansi Pemerintahan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk Masyarakat agar dapat memperluas Pengetahuan serta wawasan bagi Masyarakat untuk mengetahui isi Pesan yang disampaikan melalui akun TikTok sebagai media Edukasi pada akun TikTok @Dukcapilkemendagri.

### **1.4.3 Manfaat Sosial**

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi masyarakat untuk memperluas wawasan serta tereduksi dan dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam aktivitas pelayanan Administrasi kependudukan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam Sistematika Penulisan bertujuan memberikan uraian dan penjelasan untuk di bahas di setiap bab yang tertulis agar dapat mengetahui dan mempermudah dalam sistem penulisannya, yang diuraikan dari beberapa bab, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Penulisan dalam Bab I menjelaskan langkah awal dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis yang diuraikan dengan latar belakang, Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Penulisan dalam Bab II yang menjelaskan teori-teori yang digunakan dengan metode yang digunakan dalam penelitian yang diperoleh dengan referensi jurnal atau buku. kajian pustaka yang diuraikan dengan penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Penulisan dalam Bab III yang menjelaskan metodologi Penelitian dengan melaksanakan pendekatan penelitian menentukan Informan dan Key Informan dan metode mengumpulkan data, mengelola dan menganalisis data serta membuat perencanaan kegiatan dan keabsahan data.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Penulisan dalam bab IV menjelaskan kegiatan dari pengelolaan data yang akan Ir.Diana Anggreani,M.Silisis dari hasil wawancara, dokumentasi dan menemukan kesimpulan pada hasil penelitian

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

Penulisan dalam bab V menjelaskan hasil kesimpulan yang dijelaskan dari pendahuluan hingga akhir dan menuliskan saran dari hasil semua penelitian yang dilaksanakan.

