

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, fenomena penggunaan internet semakin meningkat pesat, mendekatkan masyarakat pada penggunaan gadget yang dianggap sebagai sarana informasi, hiburan dan memberikan edukasi alternatif kepada penggunanya. Lajunya perkembangan internet menyebabkan munculnya aplikasi baru. Instagram adalah aplikasi media sosial yang paling terkenal saat ini.

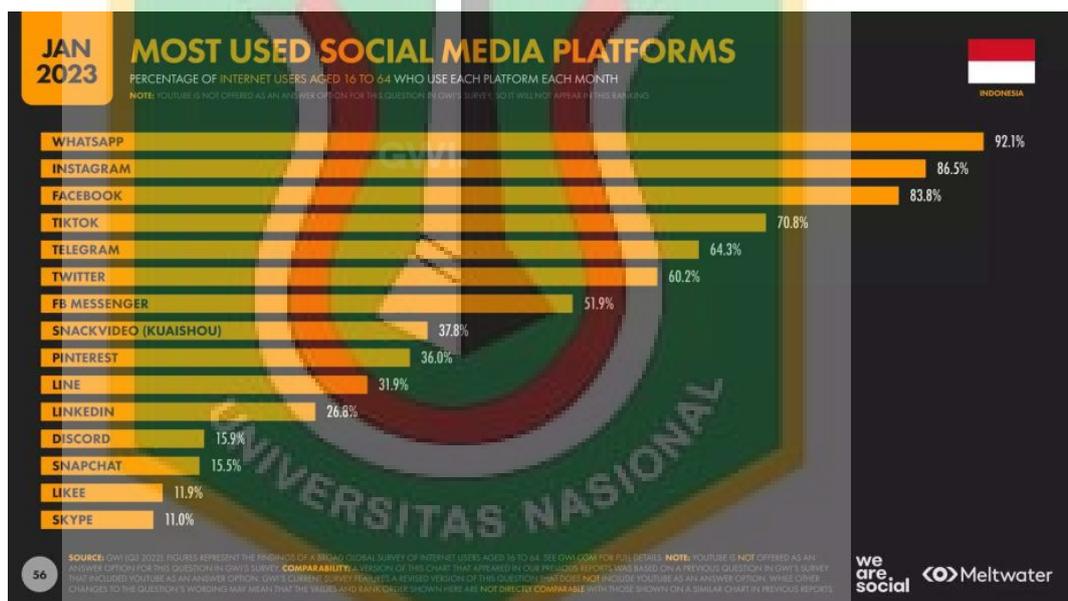
Dengan hadirnya smartphone, mayoritas masyarakat saat ini menggunakannya sebagai alat penghubung yang memberikan data kepada para penggunaannya. Ini tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan informasi, tetapi di dalamnya terkoneksi jaringan yang secara praktis juga dapat berkomunikasi dari jarak jauh. Dengan maraknya teknologi digital yang berdampak luar biasa, teknologi internet kini dapat menghubungkan orang-orang dari berbagai wilayah bahkan dari seluruh dunia.¹

Website portal berita Okezone menyebutkan bahwa ada banyak format media sosial yang paling populer bagi orang-orang yang menggunakannya diseluruh dunia, Instagram termasuk diantaranya. Paul Webster, Branding Lead di Instagram APAC, mengungkapkan bahwa sejak diluncurkan 2010, penggunaan Instagram telah memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif di seluruh dunia.

¹ Bambang Atmoko, 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita (hlm 20)

Seiring bertambahnya kuantitas pengguna internet di Indonesia, demikian pula jumlah dengan konsumen aktif media sosial yang sudah mencapai 170 juta pengguna Instagram di Indonesia. Namun, data terbaru menunjukkan hingga Januari 2023, Indonesia memiliki 89,15 juta pengguna Instagram aktif bulanan. Angka ini menepati urutan keempat di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil.²

Sementara, *We are Social* dan *Hootsuite* mengumumkan jumlah pengguna berbagai media sosial populer di Indonesia sebagai berikut:³



Gambar 1.1 Statistik Penggunaan Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2023

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

² <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023> (diakses pada tanggal 25 Februari 2023 pukul 22.00 WIB)

³ <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> (diakses pada tanggal 25 Februari 2023 pukul 22.00 WIB)

Tentunya sebagai bentuk perkembangan teknologi, media sosial menawarkan berbagai keuntungan terhadap penggunanya. Manfaat yang dirasakan tidak hanya berdampak pada individu tetapi juga terhadap kelompok atau organisasi yang menggunakan media sosial dalam kehidupannya sehari-hari. Salah satu implikasi yang nyata adalah bahwa media sosial merupakan digital bagi individu dan kelompok untuk berkomunikasi dengan masyarakat atau satu dengan yang lain.

Bahkan sebuah lembaga atau instansi pemerintah sering menggunakan media sosial untuk *platform* humas sebagai kepentingan komunikasi publik. Media sosial diperlakukan sebagai sarana komunikasi yang strategis. Pengelola media sosial atau humas dari otoritas publik dapat menganalisis perkembangan profil dan pembaruan media sosial dalam melakukan interaksi dengan berbagai kebutuhan yang berbeda-beda.⁴

Penggunaan media sosial dalam instansi pemerintah berdasarkan etika yang berbeda dengan penggunaan media sosial oleh individu. Maka dari itu, lembaga pemerintah harus mematuhi aturan etika yang ketat saat menggunakan media sosial. Oleh sebab itu, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi telah menyusun panduan penggunaan media sosial yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi

⁴ Siti Meiningsih, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian KOMINFO 2018, hlm 11
(https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf)

Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Penggunaan Media Sosial Bagi Instansi Pemerintah.⁵

Pedoman penggunaan media sosial telah dikembangkan sebagai referensi bagi organisasi untuk Humas atau bagian pengelolaan media sosial di setiap institusi. Diharapkan dengan menggunakan pedoman ini, pengelola media sosial di lingkungan pemerintahan akan menemukan referensi praktis dalam pengembangan strategi, aktivasi dalam penggunaan media sosial dan penilaian pengelolaan media sosial.

Dengan penggunaan internet yang pesat inilah yang dimanfaatkan oleh salah satu instansi pemerintah yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPID) DKI Jakarta untuk komunikasi publik khususnya wilayah DKI Jakarta. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DKI Jakarta menggunakan beberapa media sosial seperti Instagram, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* dan *Website*. *Facebook* KPID DKI Jakarta memiliki jumlah pengikut 1.392 followers atau pengikut. Postingan yang diunggah terakhir pada tahun 2021⁶. *Twitter* KPID DKI Jakarta memiliki jumlah pengikut 909 pengikut dan postingan terakhir pada tahun 2021.⁷ Sementara untuk *YouTube* KPID DKI Jakarta memiliki subscriber sebanyak 146 dengan jumlah postingan sebanyak 57 video yang diunggah terakhir pada tahun 2022.⁸ Dari keseluruhan media sosial yang digunakan KPID DKI Jakarta, Instagram lebih dimanfaatkan untuk menyebarkan setiap informasi yang bersifat kegiatan

⁵ *Ibid*, hlm 15

⁶ <https://www.facebook.com/kpid.jakarta.1> (diakses pada 15 Agustus 2023 pukul 20.00 WIB)

⁷ <https://twitter.com/kpidjakarta> (diakses pada 15 Agustus 2023 pukul 20.15 WIB)

⁸ <https://youtube.com/@kpiddkijakarta6142> (diakses pada tanggal 15 Agustus 2023 pukul 20.30 WIB)

maupun edukasi yang berkaitan dengan penyiaran yang ingin disampaikan kepada khalayak umum.

Mengingat potensi yang sangat besar terkait pertumbuhan dengan pertumbuhan pengguna internet khususnya media sosial di Indonesia yang saat ini telah diterapkan oleh berbagai instansi atau lembaga pemerintahan. Mereka sudah mulai menggunakan platform online seperti media sosial Instagram sebagai sarana berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Seperti Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DKI Jakarta yang memberikan informasi mengenai kegiatannya yang dibagikan kepada publik.

Komisi Penyiaran Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 yang menjadi asal mula pendiriannya. Komisi Penyiaran Indonesia atau lembaga penyiaran merupakan lembaga independen yang statusnya sama dengan lembaga pemerintah lainnya. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) adalah lembaga pemerintah independen yang dibentuk di setiap provinsi untuk bertindak sebagai badan pengawas siaran dan regulator masyarakat terhadap siaran dalam setiap provinsi yang ada di Indonesia.⁹

Instagram @kpidjakarta merupakan akun yang saat ini memiliki 1.990 pengikut (followers). Akun @kpidjakarta dengan total unggahan 603 memberikan informasi tentang kegiatan rutin Komisioner dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DKI Jakarta serta memberikan informasi tentang perayaan nasional dan kunjungan kerja. Dalam akun @kpidjakarta menyediakan formulir pelaporan

⁹ <https://kpi.go.id> diakses pada 14 November 2022 pukul 15.00

dan nomor pelaporan yang tertera di profil Instagram yang bertujuan agar masyarakat dapat berinteraksi dan terhubung jika memiliki pelaporan mengenai pelanggaran tayangan kepada KPID DKI Jakarta.

Akun @kpidjakarta tidak hanya memberikan informasi kegiatan rutin tetapi wawasan tentang cara kerja lembaga penyiaran. Salah satu bentuk interaksi dengan *followers* atau pengikut dengan membalas komentar bahkan menangani pelaporan yang terkait dengan pelanggaran penyiaran. Namun, interaksi dengan *followers* atau pengikut yang diberikan oleh KPID DKI Jakarta masih tergolong rendah.



Gambar 1. 2 Profil Instagram KPID DKI Jakarta

Sumber: <https://www.instagram.com/kpidjakarta/> (diakses pada 29 September 2022 pukul 10 .00 WIB)

Instagram KPID DKI Jakarta merupakan ruang guna menyebarkan informasi terhadap pengikut akun Instagram demi memenuhi kebutuhan terutama dalam penyebaran informasi tersebut. Tidak hanya sebagai penyebaran informasi saja namun juga memberikan kontribusi positif dalam memberikan layanan kepada masyarakat umum. Ini mengasumsikan bahwa masyarakat akan memiliki informasi sebagai referensi yang dibutuhkannya.

Ulasan atau reaksi masyarakat dapat dikaitkan dengan penciptaan kesan hormat, baik, dan positif terhadap institusi yang disampaikan dalam media sosial. Dengan adanya media sosial, membentuk kepercayaan yang disampaikan langsung kepada individu yang mewakili persepsi atau opini. Instagram @kpidjakarta memiliki penjelasan yang mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat. Menerapkan tehnik komunikasi yang dikemas secara unik dan menarik agar masyarakat terutama *followers* yang melihatnya tidak bosan dengan segala informasi yang disajikan dalam Instagram KPID DKI Jakarta.

Beberapa postingan dari akun @kpidjakarta berisikan program-program yang mengedukasi mengenai lembaga penyiaran. Salah satu program edukasi ialah “Edukasi Penonton Cerdas yang merupakan salah satu program unggulan yang dilaksanakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jakarta. Dengan adanya program Edukasi Penonton Cerdas, KPID DKI Jakarta mengajak publik memanfaatkan televisi secara kritis dan bijak. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat memiliki kontrol aktif memilih dan memilah siaran televisi sesuai dengan kebutuhan.

Hal ini karena tayangan televisi banyak yang mengandung unsur kekerasan, seks, bertentangan dengan norma dan kesusilaan dan kesopanan yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku dan lambat laun dapat merusak moral masyarakat jika dibiarkan begitu saja. Media sosial Instagram @kpidjakarta memiliki dampak besar khususnya bagi penonton aktif televisi untuk dapat menginformasikan dan mengedukasi masyarakat mengenai tayangan-tayangan yang berkualitas untuk ditonton.

Dengan adanya akun Instagram @kpidjakarta yang aktif mengedukasi para pengikut (followers) agar dapat memilah tontonan-tontonan mana saja yang sesuai dengan tontonan yang bermutu sesuai dengan ketentuan usia yang berlaku. Sementara untuk yang memiliki anak-anak dibawah umur dapat mengajarkan dan memilih tontonan yang sesuai dengan umur dari anak-anak.

Lembaga peyiaran juga dapat melakukan sosialisasi dengan gencar untuk dapat memberikan informasi dan edukasi terkait mekanisme pekerjaan dari lembaga Penyiaran. Dengan adanya sosialisasi melalui Instagram yang dimiliki dapat membantu KPID DKI Jakarta dalam mengemban tugasnya dengan baik. Setidaknya dengan adanya Instagram dapat membantu proses sosialisasi untuk mengedukasi para penonton televisi yang aktif. Dibutuhkan kerjasama antara lembaga penyiaran dan juga masyarakat untuk dapat saling mendukung demi terciptanya siaran-siaran yang berkualitas untuk dapat ditonton dan diterima masyarakat seutuhnya.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti mengenai **“PENGELOLAAN INSTAGRAM @kpidjakarta SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI, INFOMASI DAN EDUKASI BAGI MASYARAKAT”**. Adapun alasan peneliti menjadikan lembaga penyiaran ini sebagai objek penelitian dikarenakan KPID DKI Jakarta merupakan lembaga penyiaran yang menerima dan menindaklanjuti segala bentuk penyalahgunaan dan pengaduan masyarakat terkait konten siaran dibawah pengawasan lembaga penyiaran. Selain itu juga peneliti ingin mengetahui bagaimana seharusnya pengelolaan akun Instagram dari lembaga

pemerintahan khususnya akun @kpidjakarta ini yang sudah memenuhi kriteria sebagai akun Instagram pemerintahan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, maka peneliti merumuskan masalah mengenai “Bagaimana pengelolaan Instagram @kpidjakarta sebagai Media Komunikasi, Informasi dan Edukasi bagi Masyarakat?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas yaitu untuk mengetahui perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan atau evaluasi yang dilakukan KPID DKI Jakarta dalam mengelola Instagram yang sesuai dengan arahan pengelolaan Instagram instansi suatu pemerintahan pada umumnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat baik untuk semua pihak terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini baik secara teoritis, akademis maupun secara praktis kepada seluruh pihak sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi maupun sebagai rujukan dalam menambah wawasan peneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama dalam konteks Ilmu Komunikasi khususnya tentang pengelolaan Instagram KPID DKI Jakarta sebagai media komunikasi, informasi dan edukasi bagi masyarakat. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau rujukan untuk melakukan penelitian tentang pengelolaan Instagram sebagai media komunikasi, informasi dan edukasi bagi masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan persyaratan kelulusan program S1 studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Selain itu diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan Instagram instansi atau pemerintahan yang dapat dibagikan melalui media sosial.

1.4.3 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan memberikan banyak informasi kepada pembaca atau masyarakat mengenai manajemen konten dan nilai guna yang dibagikan dalam Instagram KPID DKI Jakarta.

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur yang digunakan untuk menyusun karya ini terdiri dari berbagai topik-topik utama yang terdapat dalam bab- bab yang diuraikan dalam beberapa bagian, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah yang dimana peneliti menjabarkan apa yang membuat peneliti ingin meneliti hal tersebut, dan alasan apa yang membuat peneliti memilih KPID DKI Jakarta sebagai objek penelitian. Lalu ada tujuan penelitian yang telah dibuat saat ini, serta manfaat yang dibuat dimana terdapat dua manfaat yaitu manfaat teoritis yang ditujukan untuk peneliti sendiri guna mengembangkan Ilmu Komunikasi yang sudah dipelajari selama perkuliahan dan juga manfaat praktis yang ditujukan untuk kantor KPID DKI Jakarta guna memberi informasi sebagai masukan dan saran, yang terakhir adalah sistematika penulisan, yang mana akan menjabarkan poin-poin apa saja yang terdapat dalam setiap bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang berisikan 5 penelitian terdahulu serta penjabarannya beserta persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Lalu terdapat kerangka teori yang menjelaskan teori apa saja yang digunakan peneliti dalam penelitian saat ini. Selanjutnya terdapat kerangka konsep, yang menyebutkan serta menjelaskan alur yang akan diteliti dari awal hingga hasil akhir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian metode penelitian apa yang digunakan oleh peneliti. Selanjutnya ada penjelasan mengenai penetapan informan serta siapa saja yang menjadi informan dalam penelitian ini. Selanjutnya ada teknik pengumpulan data dimana menjelaskan tentang bagaimana peneliti mengumpulkan data-data yang telah didapat yang akan dijadikan sebuah dokumen. Selanjutnya ada teknik analisis data, yang mana menjelaskan bagaimana teknik menganalisis data-data yang telah didapatkan sehingga menjadi hasil yang dituju. Kemudian ada teknik keabsahan data, yang menjelaskan bagaimana cara peneliti memverifikasi data yang telah dapat. Terakhir ada lokasi dan waktu penelitian yang menjelaskan tentang data-data yang dicari peneliti sesuai dengan fokus yang telah ditentukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai profil lembaga pemerintahan, penjelasan mengenai pengelolaan media sosial dari KPID DKI Jakarta. Selanjutnya terdapat hasil analisis data yang berisi hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya. Kemudian terdapat pembahasan yang berupa uraian hasil wawancara secara lebih rinci dan detail.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah penulis teliti yang berisikan kesimpulan yang telah dibuat oleh peneliti. Terakhir ada saran yang ditujukan untuk lembaga pemerintahan KPID DKI Jakarta khususnya pengelola media sosialnya.