

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini memberikan kemudahan dalam menyebarkan dan memperoleh informasi melalui internet karena menjadi efektif dan efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi, serta menunjang kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dicuitkan dalam akun Twitter resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia @kemkominfo, pada awal tahun 2021, terdapat 196,71 juta pengguna internet di Indonesia.¹

Kemudian, berdasarkan data yang diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, bahwa pengguna internet di tahun 2022 mencapai 204,7 juta², yang artinya terdapat peningkatan sebanyak 7,99 juta dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia membutuhkan dan menggunakan internet dalam setiap kegiatannya dalam memperoleh maupun menyebarkan informasi.

Internet memberikan berbagai fasilitas yang dapat diakses oleh masyarakat, salah satunya adalah media sosial. Media sosial ialah saluran berbasis internet yang

¹ Akun *Twitter* Resmi Kementerian Kominfo, (7 Januari 2021), diakses dari <https://twitter.com/kemkominfo/status/1347166586218504198?t=SF1r3MrnYQ8huK3pV35i0A&s=08> pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 10.26 WIB.

² Yanuar R. Yovanda, "Kominfo: Pengguna Internet Capai 204,7 Juta Orang", (26 Agustus 2022), diakses dari <https://www.tribunnews.com/techno/2022/08/26/kominfo-pengguna-internet-indonesia-capai-2047-juta-orang>, pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 10.54 WIB.

dapat membuat ikatan sosial secara *virtual* karena pengguna menunjukkan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya.³ Adapun beberapa jenis media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat, yakni Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, TikTok, dan lainnya.

Berdasarkan survei *Hootsuite (We Are Social)*, pengguna media sosial aktif di Indonesia pada bulan Januari tahun 2022 sebanyak 191,4 juta dari total populasi 277,7 juta. Terjadi peningkatan sebanyak 12,6% jika dibandingkan tahun 2021 dengan jumlah 170 juta.⁴ Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berpotensi sebagai sarana publikasi yang efektif karena mempermudah dalam menjangkau khalayak secara luas akibat banyaknya khalayak yang aktif menggunakan media sosial.

Menurut Kjell H. Landsverk dalam Shinta dan Putri, Instagram merupakan suatu media sosial yang terkenal akan kegunaannya dalam membagikan foto dan dapat menambahkan *filter* di dalamnya, yang selanjutnya hasil dari foto tersebut dibagikan agar dapat dilihat oleh pengguna lainnya.⁵ Berdasarkan hasil survei *Hootsuite (We Are Social)*, pengguna media sosial Instagram di Indonesia pada awal tahun 2022 mencapai 99,15 juta.⁶

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal. 11.

⁴ Simon Kemp, “*Digital 2022: Indonesia*”, (15 Februari 2022), diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, pada tanggal 1 Oktober 2022 pukul 20.30 WIB.

⁵ Amarilia Shinta dan K. Y. S. Putri, *Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram*, *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9 No.1 (Juli 2021), hal. 100.

⁶ Simon Kemp, *Op.Cit.*, diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, pada tanggal 2 Oktober 2022 pukul 11.03 WIB.

Instagram telah menyediakan fitur-fitur menarik hingga saat ini, sehingga semakin banyak yang menggunakan media sosial tersebut. Pengguna dapat menambahkan musik yang telah disediakan Instagram, mencantumkan tautan yang dapat tersambung dengan halaman tautan tersebut, mencantumkan kuis, mencantumkan kolom *Q&A (Question & Answer)*, dan membuat *avatar* atau karakter animasi 3D dari diri pengguna melalui fitur Instagram *story*.

Selain itu, terdapat fitur Instagram *reels*, yakni fitur yang menyerupai *platform* TikTok agar pengguna dapat membagikan video menariknya. Pengguna dapat membuat video singkat berdurasi 15 detik, 30 detik, 60 detik, hingga 90 detik serta dapat memilih musik, efek, menggabungkan video lain dengan video pengguna, dan juga *tools* lainnya yang membuat video pengguna menjadi lebih kreatif melalui fitur Instagram *reels*. Maka dari itu, Instagram dapat menjadi sarana publikasi yang menarik dari foto maupun video yang diunggah dengan kreatif menggunakan fitur-fitur yang terdapat di Instagram.

Selain Instagram, media sosial Facebook pun sering digunakan sebagai sarana publikasi. Facebook ialah salah satu media sosial yang penggunanya dapat menyunting profil dengan foto, kontak, dan informasi. Selain itu, pengguna dapat bergabung ke dalam komunitas-komunitas yang ada sehingga terkoneksi serta berinteraksi dengan pengguna lainnya yang tergabung dalam komunitas tersebut. Menurut survei yang dikeluarkan oleh *Hootsuite (We Are Social)*, pada awal tahun 2022, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 129,9 juta.⁷ Hampir menyerupai

⁷ *Ibid.*, diakses pada tanggal 2 Oktober 2022 pukul 11.31 WIB.

Instagram, pengguna dapat mengunggah foto atau video dan membuat status di *feeds*. Tak hanya itu, terdapat juga fitur *story* yang berfungsi sama seperti Instagram *story*.

Menurut *Official Statement of Public Relations* dari *Public Relations Society of America*, humas memberikan pelayanan kepada berbagai institusi, seperti institusi bisnis, serikat perdagangan, agen pemerintah, asosiasi sukarela, yayasan, rumah sakit, sekolah perguruan tinggi, dan institusi religius.⁸ Di dalam institusi, lembaga, organisasi, atau perusahaan terdapat humas yang bertugas mempublikasikan segala informasi.

Humas harus dapat mempublikasikan informasi dengan baik serta kreatif melalui berbagai media, salah satunya adalah media sosial sebagai sarana publikasi agar terlihat menarik dan memengaruhi publik untuk memiliki pandangan positif kepada institusi, lembaga, organisasi, atau perusahaan yang diwakilinya. Hal ini sejalan dengan salah satu praktik yang dilakukan humas, yaitu publisitas. Humas sebagai sumber dalam menyediakan informasi yang layak untuk dipublikasikan.⁹

Humas semakin dituntut memiliki kompetensi dalam dirinya sebagai penunjang untuk menjalankan fungsi dan melakukan kegiatan kehumasan secara baik dengan mengikuti perkembangan zaman. Menurut Roe dalam buku *Optimalisasi Kompetensi Lulusan SMK dalam Industri Teknologi Terapan*, bahwa untuk melaksanakan tugas atau peran secara memadai dibutuhkan kemampuan

⁸ Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom, *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016), hal. 7.

⁹ *Ibid.*, hal. 13.

yang dinamakan kompetensi, yaitu integrasi pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai pribadi serta sikap yang didapatkan melalui pengalaman kerja dan pembelajaran individu tersebut.¹⁰ Maka dari itu, kompetensi sangat dibutuhkan oleh humas, terutama di era digital, karena semakin banyak kegiatan humas yang berkaitan dengan teknologi, salah satunya adalah mengelola media sosial.

Lembaga pendidikan, yaitu sekolah memerlukan media sosial sebagai sarana publikasi informasi yang berkaitan dengan sekolah, seperti prestasi yang diraih, pengumuman mengenai suatu kegiatan yang akan atau telah dilaksanakan, pemberian informasi mengenai fasilitas yang terdapat di sekolah, dan pemberian edukasi. Kegiatan publikasi informasi-informasi tersebut melalui media sosial, membantu menjaga atau meningkatkan reputasi sekolah agar mendapat pandangan positif dari khalayak.

SMP Negeri 275 Jakarta merupakan salah satu Sekolah Menengah Pertama berstatus negeri yang berada di wilayah Kota Jakarta Timur. Berdasarkan rekapitulasi pada Data Pokok Pendidikan Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah, SMP Negeri 275 Jakarta memiliki total 51 PTK (guru ditambah tendik) dan 879 peserta didik.¹¹ Sekolah tersebut memiliki kualitas cukup baik melalui program-program kegiatan yang dilaksanakan di sekolah. Hal ini terbukti dengan prestasi yang diraih dalam

¹⁰ Trisno Martono, Eng. Herman Saputro, Budi Wahyono, Pringgo Widyo Laksono, dan Fajar Danur Isnantyo, *Optimalisasi Kompetensi Lulusan SMK dalam Industri Teknologi Terapan* (Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan dan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018), hal. 8.

¹¹ Data Pokok Pendidikan, “*Data Pokok SMP Negeri 275 Jakarta – Pauddikdasmen*”, (31 Januari 2023), diakses dari <https://dapo.kemdikbud.go.id/sekolah/C7EDEDEE1CF2E0B59719> pada tanggal 4 Februari 2023 pukul 14.34 WIB.

berbagai macam lomba, baik kota maupun nasional. Berdasarkan arsip data tertulis yang diperoleh saat melakukan pengamatan awal, pada tahun 2022 terdapat sebelas prestasi yang diraih oleh siswa/i SMP Negeri 275 Jakarta.¹²

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan, selain memiliki cukup banyak prestasi yang diperoleh oleh siswa/i SMP Negeri 275 Jakarta, sekolah ini menjadi perwakilan Sekolah Adiwiyata yang merupakan sekolah ramah lingkungan dan kesehatan, dan ramah anak se-kecamatan Makasar dan Kota Administrasi Jakarta Timur wilayah II. SMP Negeri 275 Jakarta pun gugus untuk di kecamatan Makasar, yakni sebagai pusat pertemuan para guru se-kecamatan Makasar karena fasilitas yang memadai dan lokasi yang strategis.

SMP Negeri 275 Jakarta memiliki lima sarana publikasi, yaitu *website* resmi, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Namun, yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Instagram dan Facebook karena kedua media sosial tersebut cukup aktif digunakan dalam mempublikasikan informasi sekolah dibandingkan dengan sarana publikasi SMP Negeri 275 Jakarta lainnya. Selain itu, Instagram dan Facebook efektif untuk mempublikasikan segala informasi dengan fitur-fitur yang tersedia sehingga menjadi lebih menarik.

¹² Lampiran.



Gambar 1. 1 Instagram SMP Negeri 275 Jakarta.¹³



Gambar 1. 2 Facebook Page SMP Negeri 275 Jakarta.¹⁴

¹³ Instagram SMP Negeri 275 Jakarta, diakses dari <https://instagram.com/smpn275jakarta?igshid=MzRlODBiNWFlZA==> pada tanggal 1 Juli 2023 pukul 15.11 WIB.

¹⁴ Facebook Page SMP Negeri 275 Jakarta, diakses dari <https://www.facebook.com/profile.php?id=100082283356692&mibextid=ZbWKwL> pada tanggal 1 Juli 2023 pukul 15.12 WIB.

SMP Negeri 275 Jakarta memiliki media sosial Instagram dengan nama pengguna @smpn275jakarta dan Facebook melalui fitur *page* dengan nama pengguna SMP N 275 Jakarta. Dua akun media sosial tersebut pertama kali dibuat pada tahun 2022. Hingga saat ini, akun Instagram @smpn275jakarta memiliki 650 pengikut dan 134 *posting-an*, sedangkan Facebook *Page* SMP N 275 Jakarta memiliki 12 pengikut dan 3 penyuka.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang telah dilakukan di SMP Negeri 275 Jakarta, diketahui bahwa Humas SMP Negeri 275 Jakarta tidak memiliki latar belakang dalam bidang kehumasan, serta minim kemampuan dan pengetahuan yang berkaitan dengan teknologi saat ini, sehingga Humas SMP Negeri 275 Jakarta kurang mampu mengelola Instagram dan Facebook sekolah. Pengelolaan Instagram dan Facebook untuk kegiatan publikasi ditangani oleh beberapa guru bidang studi yang memiliki kemampuan dalam menggunakan media sosial di bawah pengawasan wakil kepala sekolah bidang sarpras dan humas.

Apabila humas mampu mengelola media sosial Instagram dan Facebook dengan baik, secara tidak langsung humas menjaga bahkan meningkatkan reputasi SMP Negeri 275 Jakarta. SMP Negeri 275 Jakarta masih perlu cara untuk menjaga dan meningkatkan reputasi agar mendapat pandangan positif dari publik, walaupun merupakan sekolah dengan status negeri.

Sebagai contoh, informasi mengenai prestasi-prestasi dapat dijadikan konten publikasi pada media sosial Instagram dan Facebook, sehingga akan menimbulkan pandangan positif yang diterima sekolah karena SMP Negeri 275

Jakarta mampu menghasilkan siswa/i yang berprestasi. Selain prestasi, Humas SMP Negeri 275 Jakarta dapat memberikan informasi mengenai ruang komposting yang terdapat di sekolah dan hasil dari komposting yang berupa pupuk akan dijual serta budidaya *maggot* yang masih jarang dilakukan oleh sekolah-sekolah lain.

Permasalahan lain, yaitu jadwal *update* informasi sekolah yang belum teratur pada Instagram @smpn275jakarta dan Facebook SMP N 275 Jakarta. Hal ini ditunjukkan pada jarak waktu pengunggahan konten yang tidak selalu sama, bahkan pernah tidak aktif mengunggah konten pada Facebook SMP N 275 Jakarta cukup lama. Pengunggahan informasi kembali dilakukan melalui Facebook SMP N 275 Jakarta pada tanggal 1 Juni 2023 setelah tidak aktif sejak 13 Mei 2022. Selain jadwal *update* yang belum teratur, berdasarkan hasil observasi awal, isi dan tampilan konten kurang menarik, sehingga konten-konten yang diunggah memiliki jumlah *likes* yang sedikit.

Dalam menjalani tugas sebagai humas di gempuran perkembangan teknologi saat ini, Humas SMP Negeri 275 Jakarta harus mampu mengelola media sosial Instagram dan Facebook untuk mempublikasikan informasi sekolah, sehingga diperlukan kegiatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan kompetensi Humas SMP Negeri 275 Jakarta agar mampu mengelola media sosial Instagram dan Facebook dalam mempublikasikan informasi sekolah. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui optimalisasi kompetensi Humas SMP Negeri 275 dalam mengelola media sosial Instagram dan Facebook sebagai sarana publikasi informasi sekolah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan masalah penelitian ini yaitu, “bagaimana optimalisasi kompetensi Humas SMP Negeri 275 Jakarta dalam mengelola media sosial Instagram dan Facebook sebagai sarana publikasi informasi sekolah?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan optimalisasi kompetensi Humas SMP Negeri 275 Jakarta dalam mengelola media sosial Instagram dan Facebook sebagai sarana publikasi informasi sekolah.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi serta masukan untuk Humas SMP Negeri 275 Jakarta mengoptimalkan kompetensi dalam mengelola akun media sosial Instagram dan Facebook sebagai sarana publikasi informasi sekolah.

2) Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya pada konsentrasi *Public Relations*/humas.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN:

Pada BAB ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA:

Pada BAB ini mencakup penelitian terdahulu, landasan teori, landasan konsep, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Pada BAB ini mencakup penjelasan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian, seperti pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, penentuan *key* informan dan informan, definisi konseptual, teknik keabsahan data, teknik pengolahan dan analisa data, dan waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:

Pada BAB ini mencakup penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan untuk menemukan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN:

Pada BAB ini memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

