

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial pada zaman ini telah menjadi integral dalam kehidupan manusia. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi dan ketersediaan akses yang semakin mudah telah menjadikan media sosial sebagai platform yang diminati oleh jutaan individu di seluruh dunia. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn memberikan kemampuan kepada pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri secara daring. (Kusumaningrum, N. A., & Widiarti, P. W, 2021).

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat 210.026.769 pengguna internet atau sekitar 77,02% dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 272.682.600 jiwa pada tahun 2021-2022 (APJII, 2022). Media sosial menjadi salah satu aspek dari media internet yang semakin berkembang. Sementara media sosial memberikan manfaat sebagai sumber informasi yang berguna bagi masyarakat, tetapi di sisi lain, juga memberikan risiko negatif, seperti kerentanan masyarakat terhadap kejahatan siber, penipuan, dan penyebaran informasi palsu (Mauludi, 2018).

Pada era milenial ini, peran media sosial sangat signifikan dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat. Dalam konteks penggalangan dukungan atau penyebaran informasi terkait isu-isu publik, media sosial memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat dan efektif, yang pada gilirannya memperkuat peran demokrasi dalam menyampaikan informasi publik. Sebagai alat komunikasi yang cepat dan mudah diakses, media sosial juga mendorong partisipasi aktif pengguna dalam memberikan kontribusi dan respons terhadap informasi yang dibagikan atau memberikan umpan balik secara daring. (Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E, 2022).

Manajemen media sosial menandai elemen signifikan dalam memastikan kesesuaian pemanfaatan media sosial dengan tujuan dan

peranannya yang diinginkan. Chris Heuer, seorang perintis dalam ranah media baru, mengemukakan bahwa tujuan manajemen media sosial adalah untuk memudahkan pencapaian sasaran yang telah dipersiapkan dan merangsang terbentuknya interaksi komunikatif yang berdaya. Penerapan elemen 4C, yaitu Context, Communication, Collaboration, dan Connection, dianggap sebagai tahapan yang tidak dapat diabaikan dalam administrasi media sosial. (Indah Salsabillah, Tatik Yuniarti, 2023).

Pandangan Matthew Allen (2012) dan Trebor Scholz (2008) mendukung argumen bahwa aplikasi media sosial bukanlah fenomena baru, dan akarnya dapat ditelusuri sejak tahun-tahun sebelum 2005. Blog telah ada sejak akhir tahun 1990-an, teknologi wiki diusulkan oleh Ward Cunningham pada tahun 1994 dan diluncurkan pertama kali pada tahun 1995, situs jaringan sosial sudah ada pada tahun 1995 (Classmates) dan 1997 (SixDegrees), serta Google didirikan pada tahun 1999. Diskusi tentang versi-versi terbaru memberikan "produk klaim sebagai sesuatu yang baru" (Allen 2012, 264), tetapi juga menjaga "kesinambungan dan menjanjikan transisi yang mudah dari apa yang ada sebelumnya". Versi-versi tersebut menjadi cara untuk mendorong konsumsi. Dalam konteks kebaruan, penting untuk menegaskan apakah pembicaraan tersebut terkait dengan kebaruan teknologi, pola penggunaan, atau dinamika kekuasaan (Christian Fuchs).

Instagram telah meraih popularitas sebagai salah satu platform media sosial yang diminati di kalangan masyarakat, sebuah realitas yang terungkap dalam hasil survei Hootsuite & We Are Social. Data survei tersebut mencatat bahwa hampir setengah dari penduduk Indonesia mengakses Instagram, mencapai angka sebesar 43,4% pada bulan Oktober 2022 (Hootsuite & We Are Social, 2022). Jumlah pengguna yang signifikan ini menunjukkan potensi Instagram sebagai medium yang dapat digunakan sebagai tempat penyampaian informasi, khususnya dalam konteks suatu wilayah atau daerah, seperti Bekasi.

Bekasi, sebagai bagian integral dari wilayah Provinsi Jawa Barat, memperlihatkan karakteristik sebagai daerah metropolitan penyangga Ibu Kota. Kehadiran infrastruktur yang terlengkap menjadikannya sebagai zona

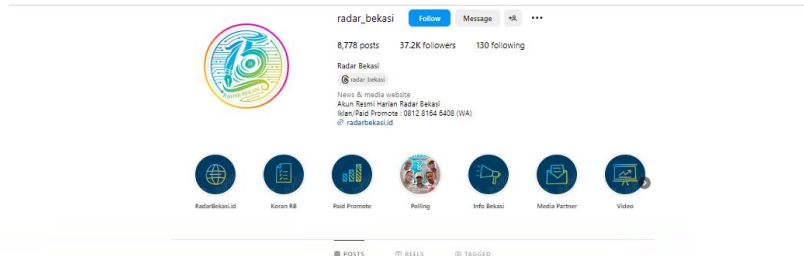
dengan tingkat kepadatan penduduk yang signifikan, serta sering dijadikan pusat berbagai peristiwa. Bekasi mencerminkan gaya hidup masyarakat modern yang cenderung bergantung pada media sosial sebagai prasarana komunikasi utama guna memperoleh informasi. Prinsip-prinsip masyarakat yang mementingkan kecepatan dan efisiensi menjadikan media sosial sebagai opsi yang optimal sebagai sumber utama pembaruan terkait peristiwa, termasuk namun tidak terbatas pada berita bencana alam, situasi lalu lintas, hingga peristiwa kriminal yang melibatkan wilayah Kota dan Kabupaten.

Seiring munculnya fenomena tersebut, muncul pula Radar Bekasi pada tahun 2009 sebagai saluran informasi bagi masyarakat Bekasi, dengan menggunakan nama pengguna Instagram @radar_bekasi, dengan maksud untuk membangun basis informasi masyarakat melalui media sosial. @radar_bekasi secara rutin menyediakan informasi seputar Bekasi dengan cara yang aktual, terupdate, dan sesuai dengan prinsip etika jurnalistik melalui berbagai fitur yang tersedia di Instagram setiap harinya.

Radar Bekasi merupakan media lokal yang menyajikan informasi berita terkait kota Bekasi, dan sekaligus merupakan surat kabar harian yang beredar di kota Bekasi sejak tahun 2009. Radar Bekasi adalah bagian dari grup Jawa Pos yang memiliki beberapa media lokal. Media ini memberikan informasi berita dengan proporsi 70% berfokus pada peristiwa lokal di Bekasi dan 30% berita yang sedang viral.

Akun media sosial Instagram @radar_bekasi memiliki pengikut dengan jumlah sebanyak 36,5 ribu di Instagram, sebuah media sosial yang menyajikan berbagai informasi yang terjadi pada daerah Bekasi mulai dari lalu lintas, kriminal, pemerintahan, bencana, kehilangan, fenomena masyarakat, hingga informasi inspiratif dan sejarah wilayah Bekasi, termasuk informasi berbayar atau iklan yang memiliki tujuan untuk memberikan sebuah informasi kepada masyarakat khususnya warga Bekasi. Isi media sosial Instagram @radar_bekasi memberikan sebuah informasi yang berupa unggahan berita dalam bentuk gambar dan video serta memberikan penjelasan terkait berita yang ingin disampaikan. Pada

instagram @radar_bekasi juga memiliki fungsi sebagai alat untuk memberikan link yang terhubung pada berita yang berada di website resmi Radar Bekasi.



Gambar 1.1 Instagram @radar_bekasi

Pada media sosial Instagram @radar_bekasi sebagai media informasi yang menyajikan berita informasi seputar Bekasi terdapat penjelasan lebih dalam mengenai informasi yang disajikan, selain menambahkan penjelasan pada foto atau video yang di unggah, terdapat juga caption yang dimanfaatkan agar informasi tersampaikan dengan detail dan jelas.



Gambar 1.2 postingan berita

Dengan menyelidiki dengan cermat konteks fenomena yang dijelaskan, diperlukan penyelidikan lanjutan yang bertujuan untuk mendalami strategi manajemen media sosial pada akun Instagram @radar_bekasi sebagai media informasi terkait Bekasi. Penelitian ini akan diberi judul "Pengelolaan Media Sosial Instagram @Radar_bekasi Sebagai

Media Informasi Seputar Bekasi" dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap peran dan strategi yang digunakan dalam mengelola informasi melalui platform tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Pengelolaan media sosial instagram @radar_bekasi sebagai media informasi tentang Bekasi?

1.3. Tujuan Penelitian

- Menganalisis efektivitas akun Instagram @radar_bekasi sebagai sarana informasi seputar Bekasi.
- Menilai interaksi dan keterlibatan pengguna terhadap konten yang diunggah oleh @radar_bekasi.
- Mengevaluasi strategi pengelolaan media sosial yang digunakan oleh akun tersebut untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan pengikutnya.
- Mengidentifikasi dampak penggunaan media sosial dalam memperluas jangkauan informasi seputar Bekasi.

1.4. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang, peneliti membagi menjadi dua bagian yaitu secara teoritis dan secara praktis. Berikut penjabaran dan keduanya:

- Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan guna memperkaya teori-teori komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini tentang Pengelolaan media sosial instagram @radarbekasi sebagai media informasi tentang Bekasi . Juga dapat memperkaya bahan referensi dan perbandingan bagi studi-studi selanjutnya dan penelitian yang sejenis.

- Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi portal berita Radar Bekasi untuk menyusun pengelolaan media sosial Instagram sebagai media informasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam kerangka pengembangan penelitian ini, struktur penyajian yang berjudul "Pengelolaan Media Sosial Instagram @radar_bekasi sebagai media informasi seputar bekaasi" akan diorganisir menjadi lima bab, yang secara umum dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama ini akan membahas latar belakang permasalahan dengan merinci aspek-aspek seperti strategi humas, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, akan disampaikan informasi terkait penelitian-penelitian terdahulu, teori-teori yang relevan, metode analisis yang dapat diterapkan, dan kerangka berfikir. Kajian pustaka ini akan mengeksplorasi penelitian serupa yang telah dilakukan, memberikan dasar untuk membandingkan persamaan dan perbedaan antara penelitian yang sedang dilaksanakan dengan penelitian sebelumnya.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan rincian mengenai pendekatan penelitian yang diambil, jenis penelitian yang dilaksanakan, teknik pengumpulan data yang digunakan, serta lokasi dan jadwal penelitian yang telah ditetapkan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini, penulis akan menampilkan hasil penelitian yang mencakup gambaran umum perusahaan, profil perusahaan, sejarah singkat perusahaan, dan dilanjutkan dengan mendeskripsikan hasil observasi dan wawancara di lapangan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir akan berfokus pada penyampaian kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran ini akan mencakup aspek-aspek teoritis dan praktis sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.