

BAB I

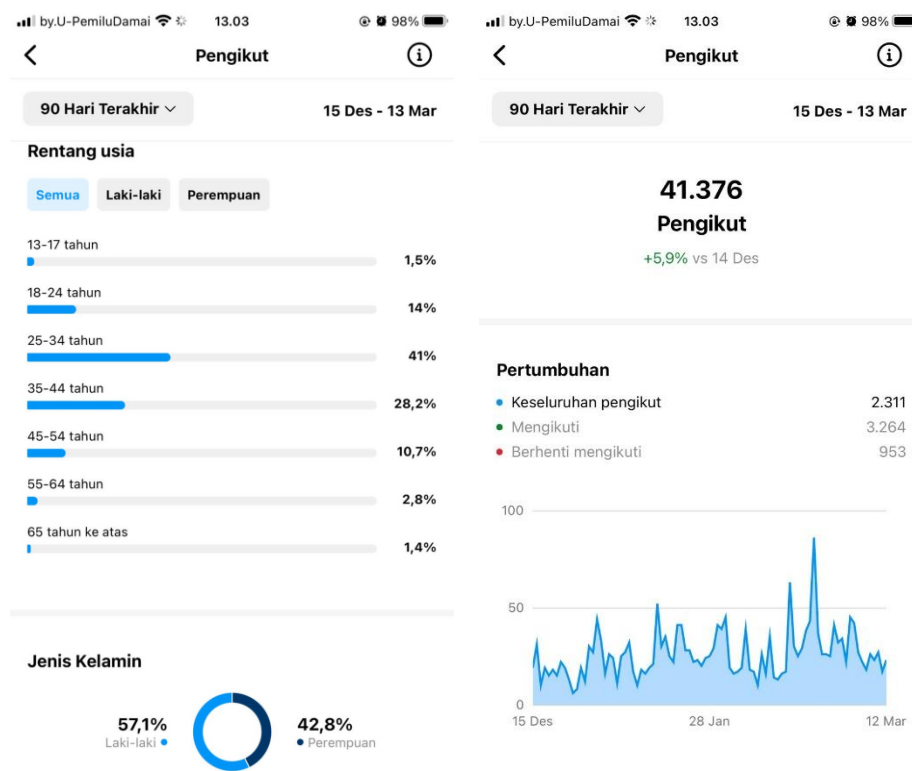
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan wujud komunikasi elektronik dimana pengguna dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap muka satu sama lain. Fenomena ini telah memberikan dampak yang signifikan pada cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, dan melakukan bisnis. Komunikasi digital tidak lagi hanya sekadar alat bantu, tetapi telah menjadi inti dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Indonesia termasuk dalam kategori negara yang menjadi pengguna internet terbesar di dunia. Mengutip dari *website* We Are Social 2020 saat ini di Indonesia, total pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 175,4 juta, dengan peningkatan sebesar 17% dibandingkan tahun sebelumnya (sumber: <https://wearesocial.com/digital-2020>). Dari total tersebut, sekitar 160 juta orang merupakan pengguna media sosial. Menurut Nasrullah 2021 (dalam Zuniananta, L. E. 2023) Komunikasi digital, atau sering disebut komunikasi virtual, merupakan metode berkomunikasi di mana pengiriman dan penerimaan pesan dilakukan melalui dunia maya atau cyberspace. Pada era ini, berbagai bentuk komunikasi virtual menjadi sangat populer di kalangan masyarakat dan dapat diakses kapan dan di mana saja. Saat ini, bentuk komunikasi digital yang menjadi favorit banyak orang adalah penggunaan internet. Internet berfungsi sebagai media komunikasi yang dinilai efektif dan efisien dengan menawarkan berbagai layanan, seperti website, aplikasi chatting (misalnya mIR chat), email, serta platform media sosial seperti Friendster, Facebook, Twitter, dan Instagram.

Pada era digital yang selalu berkembang, media sosial sudah menjadi salah satu alat utama dalam strategi dalam penyebaran informasi dan komunikasi perusahaan maupun instansi. Yudhyani, E. (2024) konten di media sosial memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang erat dengan audiens, memperluas jangkauan merek, dan meningkatkan interaksi pengguna. Untuk memaksimalkan potensi platform seperti Instagram dalam menjangkau lebih banyak orang, instansi

seperti Sudin Kominfo Jakarta Timur berupaya menyajikan informasi publik melalui konten yang efektif. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terkemuka, media sosial ini menyediakan beragam fitur untuk berbagi konten visual maupun audiovisual., termasuk posting gambar, video, serta story. Pada akun Instagram Sudin Kominfo memiliki jumlah pengikut 41.376, jumlah postingan 18,082, dan jumlah mengikuti 373.

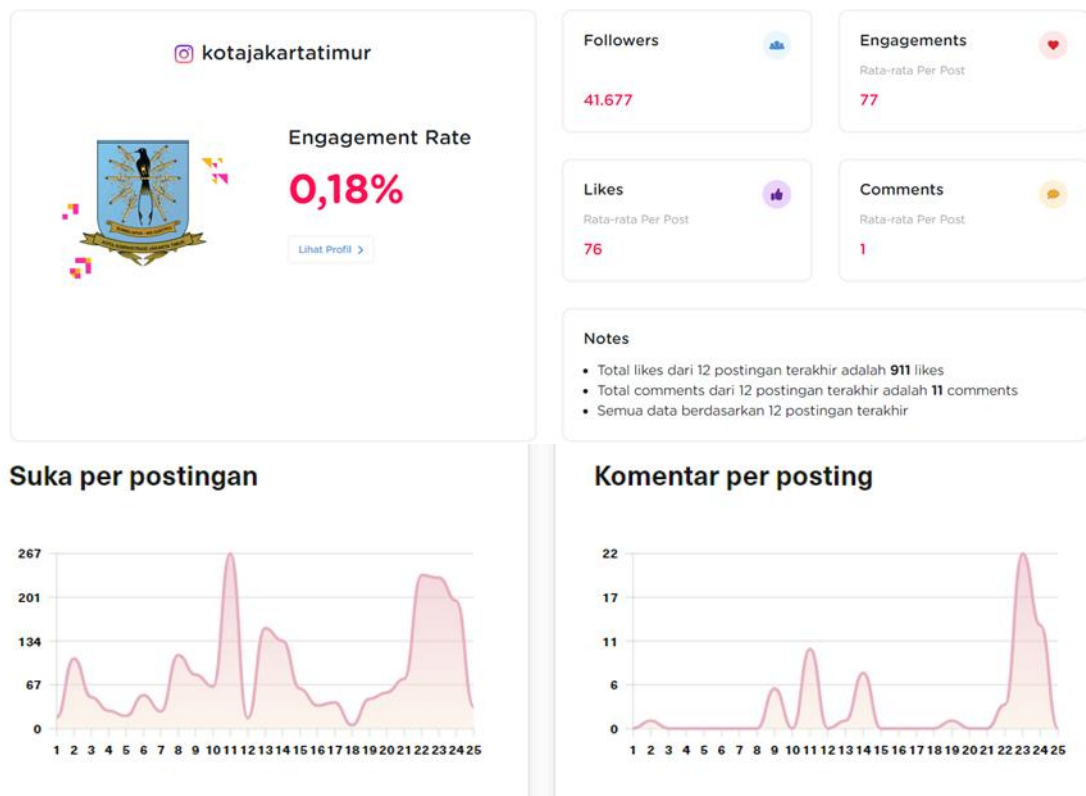


Gambar 1. Data jumlah pengikut

Berdasarkan data yang diambil dari akun Instagram kota Jakarta Timur, data yang diambil terhitung mulai dari bulan desember 2023 sampai dengan maret 2024 merupakan data berupa insight pengikut akun Instagram kota Jakarta Timur. Hasil dari data yang diambil tersebut mengenai pertumbuhan jumlah pengikut dari akun Instagram Kota Jakarta Timur dari bulan desember 2023 hingga maret 2024 yaitu jumlah pengikut bertambah sebesar 3.264 dan jumlah berhenti mengikuti sebesar 953 hasil dari keseluruhan pengikut adalah 2.311. Dari data tersebut dapat juga disimpulkan jenis kelamin dari pengikut adalah sebanyak 57,1% berjenis kelamin laki-laki dan 42,8% berjenis kelamin perempuan. Rentang usia dari data pengikut tersebut ialah 13-17 tahun sebesar

1,5%, usia 18-24 tahun sebesar 14%, usia 25-34 tahun sebesar 41%, usia 35-44 tahun sebesar 28,2%, usia 45-54 tahun sebesar 10,7%, usia 55-64 tahun sebesar 2,8%, dan usia 65 tahun keatas sebesar 1,4%.

Berdasarkan UU RI Nomor 14 Tahun 2018 mengenai Keterbukaan Informasi Publik. Informasi publik memiliki arti sebagai data yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirimkan, atau diterima oleh badan publik yang berkesinambungan dengan penyelenggara negara atau badan lainnya yang sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang, termasuk juga informasi yang menyangkut kepentingan masyarakat. Badan publik mencakup lembaga di ranah eksekutif, legislatif, yudikatif, serta lembaga lain yang memiliki peran utama dalam penyelenggaraan negara. Lembaga-lembaga ini dibiayai secara penuh atau sebagian dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), maupun sumber lainnya seperti kontribusi masyarakat atau pendanaan dari luar negeri. Undang-undang ini juga mengatur interaksi antara pengguna informasi publik, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 3 bagian Tujuan, yakni Untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembuatan keputusan publik dan menciptakan pengelolaan badan publik yang terbuka serta dapat dipertanggungjawabkan. Maka dari itu, keterlibatan dalam pengelolaan informasi publik menjadi faktor penting yang tertuang dalam undang-undang ini untuk mendukung tata kelola badan publik yang inklusif dan berintegritas.



Gambar 2. Engagement rate akun Instagram @kotajakartatimur

Dari data yang diambil engagement rate instagram yang dikelola oleh Sudin Kominfotik Jakarta Timur sebesar 0,18% dilihat dari 12 postingan terakhir, dari data tersebut dapat disimpulkan total like dari 12 postingan terakhir adalah 911 *likes*, total comments dari 12 postingan terakhir adalah 11 comments. Berikut juga laporan data keterlibatan yaitu rata-rata keterlibatan per post sebesar 77, rata-rata *likes* per post sebesar 76, dan rata-rata komentar per post berjumlah 1. Dalam sektor Pemerintah tingkat keterlibatan Instagram rata-rata: 1,97% secara konsisten menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi di sebagian besar platform sosial utama. Hal ini mungkin disebabkan oleh sifat konten yang berhubungan dengan layanan publik dan keinginan masyarakat terhadap transparansi dan komunikasi dari lembaga pemerintah, hasil pernyataan tersebut sesuai dari yang tercatat pada *website* Hootsuite.com (sumber: <https://blog.hootsuite.com/calculate-engagement-rate/>). Penilaian engagement rate berdasarkan pedoman standar industri adalah sebagai berikut, kurang dari 1% yang artinya tingkat keterlibatan rendah, antara 1% dan 3,5%

maka tingkat keterlibatan rata-rata baik, antara 3,5% dan 6% maka tingkat keterlibatan tinggi dan diatas 6% tingkat keterlibatan sangat tinggi, singkatnya sebagai standar industri tingkat keterlibatan di Instagram 1% sampai 3% umumnya baik.

Dalam membuat konten yang menarik tujuannya penyebaran informasi dalam menciptakan konten yang tidak hanya disukai pemirsa saja. Tetapi juga dapat mendorong keterlibatan dan mendorong mereka untuk membagikannya kepada orang lain, hal ini adalah tujuan akhir di setiap pembuatan konten, untuk menjangkau khalayak lebih luas. Van Dijk (2013) mengatakan bahwa media sosial adalah sebuah platform multimedia yang dibuat untuk meningkatkan interaksi pengguna dalam berbagai kegiatan dan kolaborasi antar pengguna. Keterlibatan pengguna memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan setiap konten yang dibuat. Interaksi yang terjalin di antara pengguna secara langsung memengaruhi jangkauan serta dampak dari konten tersebut. Konten audiovisual yang mampu menarik perhatian dan mendorong keterlibatan pengguna cenderung memperoleh lebih banyak tayangan, suka, komentar, serta dibagikan oleh audiens. Hal ini memperluas jangkauan konten semakin menarik suatu konten, semakin besar kemungkinan pengguna media sosial untuk berinteraksi dan mengambil tindakan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dimuat di atas, maka rumusan masalah yang di rumuskan oleh penulis adalah apa jenis konten yang diunggah oleh akun Instagram @kotajakartatimur sebagai media penyebaran informasinya.

1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan di atas, tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengidentifikasi jenis dan kategori konten yang diunggah oleh akun Instagram @kotajakartatimur yang diunggah sebagai media penyebaran informasi sehingga dapat mendukung tujuan penyebaran informasi yang efektif.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini tentunya adalah sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan model analisis konten yang dapat digunakan dalam studi penelitian lainnya, dengan menerapkan metode analisis isi peneliti lain dapat menggunakan pendekatan yang serupa untuk menganalisis konten pada media sosial.
2. Hasil dari penelitian ini dapat membantu menjelaskan bagaimana media sosial berfungsi sebagai media penyebaran informasi khususnya dalam konteks lembaga pemerintah. Hal ini dapat memberikan informasi tentang strategi komunikasi yang digunakan lembaga pemerintah untuk berinteraksi dengan masyarakat melalui media sosial.

b) Manfaat Praktis

1. Penelitian ini akan memberikan wawasan bagi Suku Dinas Kominfotik Jakarta Timur tentang jenis konten yang efektif dalam menarik perhatian, dengan hasil dari penelitian, instansi dapat merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif.
2. Penelitian ini akan membantu Suku Dinas Kominfotik Jakarta Timur dalam memproduksi konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan publik sehingga, Suku Dinas Kominfotik Jakarta Timur dapat meningkatkan citra publiknya.

3. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi konten yang paling banyak mendapatkan interaksi dari masyarakat. hal ini dapat memungkinkan tim media sosial untuk bisa lebih mengoptimalkan konten mereka agar lebih menarik dan informatif.

1.5 Luaran

Hasil yang diharapkan dalam Tugas Akhir ini ialah dapat berkontribusi baik secara teoritis ataupun praktis, luaran yang dihasilkan dari penelitian Analisis Isi Konten Pada Platform Media Sosial Instagram @kotajakartatimur Sebagai Media Penyebaran Informasi Sudin Kominfo Jakarta Timur adalah paper publikasi yang diterbitkan di jurnal nasional yang bereputasi. Paper ini akan memaparkan metode, hasil, dan analisis dari penelitian ini.