

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital dan teknologi dalam era globalisasi saat ini menghadirkan kecanggihan yang memudahkan orang-orang untuk mengakses informasi, salah satunya dengan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi modern. Michail M. (2023) menjelaskan bahwa, hampir semua orang memiliki perangkat komunikasi, untuk berkomunikasi dengan semua orang diseluruh dunia melalui media sosial. Masuknya media sosial ke dalam kehidupan manusia, telah memungkinkan masyarakat membangun kehidupan sosialnya secara daring melalui pertumbuhan yang signifikan.

Menurut Rahma A. (2021) Fenomena penggunaan media sosial telah berkembang pesat dalam era saat ini, berdasarkan kenyataannya, dengan adanya media sosial membawa pengaruh yang begitu besar dalam aktivitas manusia. Hampir seluruh lapisan masyarakat saat ini menggunakan media sosial untuk saling berinteraksi, berbagi informasi, berkomunikasi dan mendapatkan informasi secara cepat dan tepat dari seluruh penjuru dunia. Media sosial sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi dan informasi yang memiliki efisiensi tinggi dikarenakan memiliki terpaan yang luas dalam jangka waktu yang cukup singkat.

Penggunaan media sosial menyajikan kemudahan dan memfasilitasi setiap penggunaannya secara lengkap, salah satunya lewat Instagram yang akan dibahas dalam penelitian ini. Jumlah pengguna media sosial juga terus bertambah setiap waktunya. Annur, M. (2024) dalam *We Are Social* menjelaskan bahwa pada bulan Oktober tahun 2023 tercatat jumlah pengguna Instagram di dunia mencapai 1,64 miliar pengguna. Indonesia menempati urutan keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan total jumlah pengguna 104,8 juta.

Data tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan dalam kalangan masyarakat, mulai dari perusahaan, organisasi hingga instansi pemerintah untuk terhubung serta melayani

masyarakat dan juga membangun citra instansi dengan melakukan penyebaran informasi yang dibagikan melalui Instagram.

Menurut Charunia (2018) Instagram adalah platform media sosial yang muncul dari kemajuan internet dan mendapatkan popularitas di kalangan pengguna saat ini, faktanya bahwa jumlah pengguna Instagram terus bertambah setiap tahunnya adalah suatu bukti.

Maraknya penggunaan media sosial dalam era-saat ini, selain menghadirkan dampak yang positif tetapi juga terdapat beberapa dampak negatif. Dampak negatif tersebut didasarkan pada beberapa permasalahan komunikasi melalui media sosial yang sering terjadi di Indonesia. Media sosial merupakan suatu wadah yang bebas bagi masyarakat untuk menyalurkan berbagai pesan, berdasarkan hal tersebut tersebut maka seringkali masyarakat menyalahgunakan kebebasan mereka untuk menyalurkan hal-hal negatif dalam media sosial.



Gambar 1.1 Penggunaan internet tidak sehat masih jadi masalah

Sumber : https://www.kominfo.go.id/content/detail/11794/penggunaan-internet-tidak-sehat-masih-jadimasalah/0/sorotan_media

Yogyakarta pada bidang komunikasi untuk melayani masyarakat melalui konten Instagram.

Menurut R. Setiady (2016) Instagram sendiri merupakan media baru yang berkembang pada saat ini dengan penggunaan yang lebih mudah dan praktis untuk melakukan komunikasi secara daring tanpa harus bertemu secara langsung, hal tersebut banyak menarik perhatian masyarakat karena lebih efisien dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kemudahan yang diberikan oleh Instagram untuk saling berinteraksi dapat ditemukan melalui berbagai fitur-fitur yang disediakan.



Gambar 1.3 Instagram menempati urutan kedua aplikasi yang paling sering digunakan

Sumber : <https://shorturl.asia/Ls9a0>

Dalam maraknya penggunaan Instagram saat ini, masyarakat lebih tertarik untuk melihat dan menggunakan jenis konten yang disediakan oleh Instagram. Konten Instagram sendiri mempunyai arti sebagai sebuah postingan di Instagram yang menjadi sumber informasi bagi masyarakat mencakup gambar, video dan tulisan yang diunggah tanpa adanya batasan tema tertentu, atau dalam artian bersifat bebas, biasanya konten tersebut diunggah dalam fitur *story*, *reels*, *feed* dan *notes*.

Putri, A. K. (2020) konten Instagram adalah segala bentuk informasi, gambar, video atau teks yang diunggah oleh pengguna Instagram kedalam aplikasi tersebut. Konten Instagram menjadi sarana bagi pengguna untuk berbagi momen, ide dan pesan kepada para pengikut yang memungkinkan interaksi berlangsung secara cepat dan tepat.

Menurut Hootsuite (2020) Konten Instagram adalah materi yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna Instagram untuk menarik perhatian, mengedukasi, atau menghibur pengikutnya. Konten ini dapat mencakup foto, video, teks, atau kombinasi ketiganya.

Akun @pemkotjogja merupakan akun Instagram milik Pemerintah Kota Yogyakarta yang dikelola oleh Diskominfo, dalam akun tersebut Diskominfo menyajikan berbagai jenis informasi kepada masyarakat melalui sebuah konten.

Sejauh ini, penyajian konten yang dilakukan telah berjalan dengan baik, hal tersebut dilihat dari berbagai postingan konten yang menyajikan beragam tema, mulai dari bidang pariwisata, hiburan, kebudayaan, ekonomi, kegiatan kedinasan, pelaksanaan program kerja seperti pemberian bantuan, pemantauan, melakukan kolaborasi dengan pihak instansi lainnya untuk menjalankan program kerja, silaturahmi dengan masyarakat, meresmikan dan membuka agenda kegiatan pemerintahan dan sebagainya. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.4 Beragam tema informasi dalam konten reels

Sumber : Instagram @pemkotjogja

Menurut Dewi, P. dan Dewi, K. (2022) Strategi dan Penerapan Desain Konten Instagram, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Desain Komunikasi Visual, Vol. 2 No. 1 (2022). Bahwa penyajian suatu konten dapat dikatakan baik jika telah memenuhi beberapa kriteria umum strategi pengelolaan konten seperti : publikasi teragenda, visual dan editing yang menarik, mengandung informasi dan data yang terpercaya, memperhatikan alur penyampaian, memperhatikan tema, konsisten, aktif dan responsif, pemilihan platform yang tepat dan melakukan monitoring media serta evaluasi. Hal-hal tersebut menjadi dasar terciptanya suatu konten yang baik dan menarik.

Berbicara mengenai strategi pengelolaan konten untuk mempertahankan citra, berarti mengarah kepada strategi pengelolaan itu sendiri, mengapa diperlukannya strategi yang efektif dan cara pengelolaan konten yang baik, jika tidak direncanakan dengan strategi pengelolaan yang tepat maka bisa berdampak negatif bagi para masyarakat dan juga pihak instansi.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat kembali peran sebuah konten yang digunakan untuk menjadi wadah informasi publik demi mempertahankan citra, maka dari itu suatu pembuatan konten harus direncanakan dengan strategi yang tepat dan pengelolaan yang baik demi terciptanya sebuah konten yang bermanfaat dan menarik. Jika konten yang disajikan menarik dan bermanfaat maka citra yang ditimbulkan pun bersifat positif.

Disisi lain, dampak negatif dari strategi pengelolaan konten yang tidak tepat bisa menimbulkan citra negatif dari masyarakat yang dapat memperburuk reputasi instansi, penyebaran informasi melalui media sosial menjadi mati atau tidak berjalan, menurunnya kualitas dan akurasi informasi, menurunnya kepercayaan dari masyarakat dan hilangnya peluang dan pertumbuhan kinerja instansi.

Menurut Jhon Doe (2019) strategi pengelolaan konten yang tidak tepat dapat berdampak negatif seperti : Penurunan keterlibatan audiens, kerusakan reputasi merek, ketidakpuasan pelanggan dan penyebaran informasi yang tidak akurat. Keberadaan sebuah konten Instagram menjadi penting untuk menyebarkan informasi kepada publik, ditengah maraknya penggunaan Instagram saat ini, suatu konten menjadi jalan yang efektif untuk penyaluran informasi publik, hal tersebut merupakan strategi yang tepat demi menarik perhatian dan memuaskan kepuasan masyarakat sebagai konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dijelaskan bahwa sebuah konten itu penting bagi pihak Instansi yang mempunyai tugas untuk mengurus komunikasi melalui media sosial. Peneliti melihat bahwa sebagian besar masyarakat saat ini merupakan pengguna aktif Instagram dengan hampir setiap hari menghabiskan waktu untuk menggunakan platform tersebut.

Hal tersebut menjadi dasar yang tepat bagi pihak Diskominfosan Kota Yogyakarta untuk memanfaatkan keberadaan konten instagram serta maraknya penggunaan instagram saat ini untuk menyalurkan informasi lewat konten instagram mereka dan untuk membangun citra Instansi mereka lewat penyajian konten yang diberikan.

Jika konten yang dibagikan dirancang dengan strategi yang efektif maka masyarakat yang menerima pun merasa bermanfaat dan tertarik, dari situlah timbul citra yang positif. Citra positif tersebut dapat dilihat dari komentar positif dan jumlah like yang lumayan banyak pada akun @pemkotjogja. Berdasarkan hal tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa sebuah konten penting untuk suatu instansi sebab konten tersebut yang menjadi faktor pendorong untuk menumbuhkan citra instansi.

Menurut Jane Smith (2019) konten menjadi suatu sarana yang tepat untuk menyampaikan beragam informasi kepada masyarakat secara cepat. Kemudahan mengakses informasi yang diberikan oleh Instagram menjadi suatu hal yang menarik dalam membantu seluruh aktivitas sosial agar saling terhubung dan berinteraksi satu sama lain. Penggunaan konten untuk menjalin komunikasi dan berbagi informasi antara pemerintah dan masyarakat menjadi suatu kemudahan tersendiri sebab komunikasi yang berlangsung dapat dilakukan secara daring.

Penggunaan konten Instagram oleh pihak Diskominfosan Kota Yogyakarta sebagai penyalur informasi kepada publik, tidak terlepas dari respon yang ditimbulkan oleh masyarakat sebagai penerima informasi. Respon tersebut menjadi dasar timbulnya suatu citra yang baik atau buruk yang dibangun dan ditujukan kepada pihak Diskominfosan Kota Yogyakarta dan Pemerintah Kota Yogyakarta.

Menurut Alma (2020) citra instansi adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman seseorang terhadap fakta-fakta atau kenyataan. Citra instansi terbentuk dari bagaimana instansi tersebut melaksanakan kegiatannya yang dapat tercermin dari sikap dan perilaku, budaya instansi dan nilai-nilai yang dianut instansi tersebut. Jika yang dilihat dan dirasakan baik adanya maka

citra yang terbentuk bersifat baik pula, begitupun sebaliknya jika yang dirasakan kurang baik maka citra yang terbentuk kurang baik pula.

Berdasarkan hal tersebut maka pembentukan dan mempertahankan citra menjadi fokus utama untuk diperhatikan dengan menerapkan strategi pengelolaan konten Instagram yang efektif agar terciptanya citra yang baik pula di mata masyarakat. Berbicara mengenai citra berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa suatu instansi wajib mempertahankan citranya agar mendapat kepercayaan dan tanggapan yang positif dari masyarakat, sebab pihak instansi pemerintah mempunyai tugas utama untuk melayani masyarakat.

Dalam hukum yang berlaku di negara Indonesia, masyarakat mendapat posisi tertinggi sebagai sebuah subjek yang harus dilayani secara efektif oleh seluruh bidang dalam struktur pemerintahan, oleh karena itu, suatu citra yang diberikan oleh masyarakat menjadi hal terpenting untuk dipertahankan demi menjaga reputasi pihak instansi yang mereka layani.

Diskominfo Kota Yogyakarta dalam melayani masyarakat pada bidang informasi dan komunikasi sejauh ini sudah berhasil mendapat citra positif dari publik, hal tersebut bisa dilihat dari beberapa komentar positif yang terdapat pada postingan konten Instagram @pemkotjogja.



Gambar 1.5 Komentar positif terhadap konten Instagram yang dianggap bermanfaat

Sumber : Instagram @pemkotjogja

Dilansir dari Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/25173> (2022) Pemerintah Kota Yogyakarta telah berhasil meraih beberapa penghargaan seperti : terbaik pertama kategori “Kampanye Komunikasi Publik” dan terbaik ketiga untuk kategori “Website” dalam ajang Anugerah Media Humas (AMH) tahun 2023 dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.



Gambar 1.6 Pemkot Yogya Sabet dua kategori dalam ajang AMH 2023

Sumber : <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/30035>

Selanjutnya, Penghargaan Top Digital Award tahun 2022, dalam ajang tersebut Pemerintah Kota Yogyakarta berhasil meraih dua kategori yakni “Top Leader on Digital Implementation 2022” yang diberikan kepada Pejabat Walikota Yogyakarta, dan kategori “Top Digital Level Stars 5 atau Luar Biasa” untuk Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta. Diraihnya penghargaan tersebut berdasarkan penerapan teknologi informasi dan digital dalam komunikasi publik yang dinilai apik dan sukses.



Gambar 1.7 Pemkot Yogya raih 12 penghargaan keterbukaan informasi badan publik 2023

Sumber : <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/29314>

Diskominfo Kota Yogyakarta dalam mengelola akun Instagram sejauh ini sudah berjalan cukup baik, hal tersebut dilihat dari ajang penghargaan yang telah diraih, respon dari masyarakat melalui komentar dan like juga jumlah pengikut instagram yang lumayan banyak. Namun, hal tersebut bukanlah menjadi suatu kepuasan mutlak, seiring dengan perkembangan dunia media sosial yang begitu pesat saat ini, diperlukannya inovasi terbaru agar dapat mempertahankan kinerja, reputasi instansi dan citra yang telah dibangun melalui konten Instagram.

Disisi lain, dalam strategi pengelolaan dan penerapan sebuah konten yang bermanfaat untuk mempertahankan citra Diskominfo Kota Yogyakarta terdapat beberapa kendala atau masalah yang harus dihadapi dan diatasi. Oleh karena itu, sebagai instansi yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial sebagai

sarana informasi publik harus benar-benar paham pesan apa yang akan disampaikan dan teknik penyampaian pesan tersebut agar tidak menimbulkan masalah dan kesalahpahaman.

Kendala atau masalah yang ada diharapkan mampu segera diatasi dengan melakukan evaluasi kembali ataupun dengan melakukan pelatihan dan sosialisasi bagi pihak Diskominfosan Kota Yogyakarta khususnya bidang humas dan media, agar hasil dari evaluasi dan pelatihan yang telah didapat bisa menjadi inovasi baru dan diterapkan pada strategi pengelolaan konten-konten berikutnya.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana strategi pengelolaan konten Instagram yang baik oleh Diskominfosan Kota Yogyakarta dengan tujuan untuk mempertahankan citra. Sebab dilihat dari pencapaian Diskominfosan dalam beberapa tahun terakhir ini mendapat nilai yang cukup baik dari masyarakat dan lewat ajang penghargaan yang telah diraih.

Maka pada penelitian ini, diharapkan mampu memberikan penjelasan yang efektif mengenai strategi pengelolaan konten instagram yang tepat dalam mempertahankan citra dan faktor-faktor keberhasilan pengelolaan konten Instagram. Selain itu, diharapkan dapat menjadi panduan bagi pihak instansi lainnya dan juga menjadi pengembangan ilmu pengetahuan untuk bidang pendidikan maupun bidang lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengelolaan konten Instagram yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta dalam mempertahankan citranya?

1.3 Tujuan Penelitian

Menganalisis dan mengetahui strategi pengelolaan konten Instagram yang tepat oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta dalam mempertahankan citra.

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk manfaat penelitian merupakan suatu hasil yang di harapkan dapat memberikan ilmu tambahan bagi instansi dan peneliti berikutnya dan manfaat penelitian di bagi menjadi dua yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teori pembelajaran, baik untuk bidang pendidikan maupun bidang lainnya. Selain itu, manfaat teoritis dalam penelitian ini juga ditujukan kepada pihak instansi lainnya untuk menambah wawasan dan inovasi terkait strategi pengelolaan konten media sosial yang tepat sebagai layanan informasi masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini ditujukan kepada pihak Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta sebagai acuan untuk mempertahankan dan mengembangkan strategi pengelolaan konten media sosial yang sudah ada agar tetap berjalan dengan baik dalam meningkatkan citra instansi.

1.5 Sistematika Bab

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal dalam skripsi ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

2. Bagian Utama Skripsi

Bagian utama dalam penulisan skripsi ini terdiri dari bab dan sub bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi, penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka konsep.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang, paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi bagian akhir dari penelitian berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar referensi kutipan beserta sumber yang terdapat pada penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisikan hasil wawancara, foto serta dokumen tambahan.