

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instansi pemerintah merupakan organisasi *non-profit* yang dipilih secara khusus untuk melaksanakan tugas-tugas kenegaraan sebagai bentuk pelayanan kepada orang banyak, khususnya dalam hal pelayanan informasi dan komunikasi publik. Seiring berjalannya waktu, instansi pemerintah memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada salah satunya sebagai sarana *open government*. *Open government* dapat dikatakan sebagai sebuah doktrin pemerintah yang terbuka pada data-data yang dimiliki untuk tujuan tertentu, sehingga publik bebas untuk mengetahui dan menggunakan data tersebut (Yudan & Virgy, 2021:129). Bentuk *open government* juga sebagai tujuan untuk dilakukannya transparansi pemerintah, baik terkait kebijakan; program kerja; hingga evaluasi. Oleh sebab itu, untuk menghindari terjadinya tertinggalnya informasi dalam percepatan arus informasi digital terkait *open government*, dibutuhkan adanya sumber daya manusia (SDM) yang efektif; efisien; dan produktif yang dapat menjadi penggerak sekaligus penentu jalan dari suatu organisasi.

Berdasarkan “Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah”, hubungan masyarakat (humas) adalah usaha yang direncanakan secara

berkesinambungan sebagai upaya untuk menciptakan dan memelihara sikap saling pengertian antara lembaga (institusi) dengan publiknya. Praktisi humas di lingkungan pemerintah yang biasa disebut humas pemerintah, melaksanakan beberapa tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Salah satu tugasnya yaitu memberikan pelayanan dan menyebarkan informasi terkait kebijakan hingga program nasional kepada publik. Diperkuat juga melalui “Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah”, berdasarkan tugas nomor dua yang menyatakan jika humas pemerintah menjalankan tugas untuk meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik, yang juga dapat diartikan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi publik. Oleh sebab itu, alasan mengapa humas menjadi salah satu elemen penting di instansi pemerintah yaitu untuk menjembatani dan memfasilitasi jalinan komunikasi yang terjadi dengan publik. Apabila jalinan komunikasi berjalan dengan baik, maka akan terjadi pemahaman dan dukungan publik atas program kerja dan kebijakan yang telah dirancang pemerintah. Upaya untuk mengoptimalkan tujuan tersebut, kini humas pemerintah melaksanakan *open government* melalui penggunaan media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi kepada publiknya.

Sekretariat Daerah (SETDA) Provinsi Jawa Tengah merupakan instansi pemerintah yang kini dipimpin oleh Ganjar Pranowo (Gubernur Jawa Tengah), Taj Yasin Maimun (Wakil Gubernur Jawa Tengah), dan Sumarno (Sekretaris

Daerah Provinsi Jawa Tengah (SEKDA)). Dalam pelaksanaan pemenuhan tugas dan fungsinya, setiap SDM di SETDA Provinsi Jawa Tengah berpedoman pada Peraturan Gubernur Jawa Tengah No 70 Tahun 2018. Berdasarkan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Biro Umum, divisi humas dalam empat tahun terakhir yaitu pada 2018-2021 menunjukkan capaian terhadap target renstra (realisasi) sebesar 100%. Berdasarkan data capaian tersebut, tidak dipungkiri adanya keterlibatan humas pemerintah dalam menjalankan tugas di bidang komunikasi dan informasi yang baik, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan informasi publik. Sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi tersebut, humas SETDA Provinsi Jawa Tengah sudah memanfaatkan lima media sosial yaitu Youtube; Tik Tok; Facebook; Twitter; termasuk Instagram.

Instagram adalah media sosial populer, sehingga memiliki banyak pengguna (*user*). Berdasarkan data yang didapat dari *databoks.katadata.co.id*, laporan *Napoleon Cat* menunjukkan terdapat 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia yang terdiri dari berbagai *gender* dan usia pada Oktober 2021. Data menunjukkan pengguna tertinggi Instagram berada di kelompok usia 18-24 tahun yang berjumlah 33,90 juta, dengan rincian 19,8% pengguna perempuan dan 17,5% pengguna laki-laki. Melalui data tersebut, menunjukkan Instagram menjadi salah satu media sosial dengan pengguna yang tergolong tinggi di Indonesia.

Instagram juga bisa dikatakan sebagai media sosial untuk berekspresi bagi para penggunanya. Saat ini, Instagram banyak dimanfaatkan dengan baik oleh

penggunanya sebagai sarana informasi, edukasi, dan persuasi yang dikemas dalam bentuk konten khususnya kepada *followers*-nya (pengikut). Selain itu, dengan banyaknya fitur–fitur yang disajikan, lebih memberikan kemudahan; kenyamanan; dan variasi fitur publikasi dibandingkan media sosial lainnya. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh humas SETDA Provinsi Jawa Tengah untuk mewujudkan *open government*, salah satunya dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi.

Akun Instagram @humas.jateng adalah akun resmi humas SETDA Provinsi Jawa Tengah yang menyajikan konten utama yaitu berita (informasi) seputar kegiatan pimpinan, serta konten edukatif seperti belajar bahasa isyarat; sejarah; *fun fact*; dan sebagainya. Sampai saat ini, Instagram @humas.jateng memiliki 36,3 ribu pengikut (*update* 12 Oktober 2022). Sebagai media sosial instansi pemerintah, humas SETDA Provinsi Jawa Tengah harus mampu menjelaskan program hingga kegiatan pemerintah melalui berbagai cara yang menarik dan mengikuti tren (kekinian), namun tetap dapat mengikuti standar peraturan dan etika yang berlaku untuk memperoleh dukungan publik. Media sosial dikatakan menarik apabila pengelolaan publikasinya aktif, menyajikan informasi kreatif yang berdasarkan pada data dan fakta, serta pengemasan video kreasi yang singkat (Humas Universitas Negeri Yogyakarta, 2021). Berdasarkan kriteria tersebut, akun Instagram @humas.jateng sudah tergolong ke dalam media sosial yang menarik.

Instagram @humas.jateng menarik untuk diteliti karena pengelolaan publikasi humas yang aktif, yaitu setiap hari terdapat publikasi konten. Setiap

harinya, terdapat paling tidak dua konten yang dipublikasikan melalui fitur *feeds* dan empat sampai lima konten melalui fitur *stories* Instagram. Selain itu, variasi publikasi informasi pun beragam yaitu meliputi fitur *feeds*; *stories*; *reels*; hingga *highlight*. Hal tersebut yang akhirnya juga dapat mendukung pemahaman publik akan informasi yang disampaikan, karena informasi tidak hanya sebatas pada satu fitur saja. Setiap informasi yang disajikan juga berdasarkan data dan fakta, dikarenakan terdapat tim humas dibalik layar yang melakukan kegiatan liputan.

Pemilihan objek penelitian ini juga diperkuat melalui observasi peneliti (pengamatan) terhadap konten-konten yang disajikan oleh akun Instagram @humas.jateng. Dilihat dari sisi *design visual*, konten yang disajikan sudah menarik penglihatan (segi visual) dan menggunakan warna desain utama yaitu merah sebagai upaya *branding* instansi. Dilihat dari sisi pengemasan konten yang ada, dikemas menggunakan gaya liputan dan perpaduan gaya tren saat ini, seperti memasukan cuplikan humor dalam konten kegiatan pimpinan.

Pengemasan konten menggunakan gaya liputan menjadi salah satu ketertarikan tersendiri bagi peneliti, dikarenakan dalam observasi peneliti mengamati bila Instagram humas di Provinsi Jawa lainnya tidak dikemas menggunakan gaya liputan, namun hanya sebatas video cuplikan saja. Pengemasan konten menggunakan gaya liputan dinilai peneliti lebih mampu untuk mempermudah publik memahami informasi yang disampaikan, serta didukung dengan adanya penyajian konten yang berdurasi singkat.

Tugas dan fungsi humas pemerintah dapat dikatakan berjalan efektif apabila mampu mencapai tujuan yang telah direncanakan. Salah satu tujuan humas pemerintah adalah memberikan informasi kepada publiknya terkait kegiatan yang dilakukan pemerintah hingga informasi pendukung lainnya. Melihat bahwa humas SETDA Provinsi Jawa Tengah sudah memberikan informasi kepada publiknya melalui sarana Instagram, dalam hal ini peneliti tertarik untuk melihat keefektifitasannya. Secara sederhana, komunikasi yang efektif yaitu komunikasi di mana komunikator (pemberi pesan) berhasil menyampaikan maksud dari isi pesan kepada komunikan (penerima pesan) dan berhasil memenuhi apa yang menjadi kebutuhannya, dalam hal ini yaitu *followers*-nya. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui adakah **“Pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “adakah pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh efektivitas Instagram

@humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

a. Secara teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai Instagram yang tidak hanya sebatas digunakan sebagai media komunikasi dan informasi dalam konteks non formal saja, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk sarana publikasi informasi di dunia profesional.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan bagi mahasiswa lainnya terkait kajian ilmu komunikasi.

b. Secara praktis

1. Penelitian ini diharapkan, peneliti dapat memberikan penjelasan mengenai ada atau tidaknya pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.
2. Penelitian ini diharapkan, pembaca atau mahasiswa lainnya dapat mengetahui seberapa besar pengaruh efektivitas Instagram @humas.jateng sebagai media publikasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* (apabila memang terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y).

1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian

1.5.1 Lokasi

Peneliti melakukan penelitian di akun Instagram @humas.jateng pada 4 Desember 2022 sampai 1 Januari 2023. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* melalui fitur *Direct Message* kepada *followers* Instagram @humas.jateng.

1.5.2 Tatakala Penelitian

Tabel 1.1 Tatakala Penelitian

NO	NAMA	BULAN																											
		2022																				2023							
		Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penentuan Topik	■	■	■	■																								
2	Penyusunan Proposal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
3	Seminar Proposal													■															
4	Pengumpulan Data													■	■	■	■	■	■	■	■								
5	Analisis Data																					■	■						
6	Penyusunan Laporan																					■	■	■	■				
7	Ujian Skripsi																												■

Sumber: Olahan Peneliti

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan diperlukan untuk memahami dan memperjelas isi penelitian ini. Sistematika dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I, berisi pendahuluan yang terdiri atas latar belakang; rumusan masalah; tujuan penelitian; kegunaan penelitian; lokasi dan tatakala penelitian; serta sistematika penulisan laporan.

BAB II, berisi tinjauan pustaka yang terdiri atas penelitian terdahulu, landasan teori humas pemerintah; efektivitas; *new media* (media baru); Instagram; kebutuhan informasi, serta kerangka berpikir.

BAB III, berisi metode penelitian yang terdiri atas metode dan jenis penelitian; populasi; sampel penelitian; teknik *sampling*; operasional konsep; indikator variabel; hipotesis riset; teknik pengumpulan data; teknik validitas dan reliabilitas data; serta teknik analisis data.

BAB IV, berisi hasil penelitian yang terdiri atas karakteristik responden, analisis deskriptif variabel penelitian; uji validitas dan reliabilitas data; serta hasil analisis data.

BAB V, berisi saran dan kesimpulan penelitian.