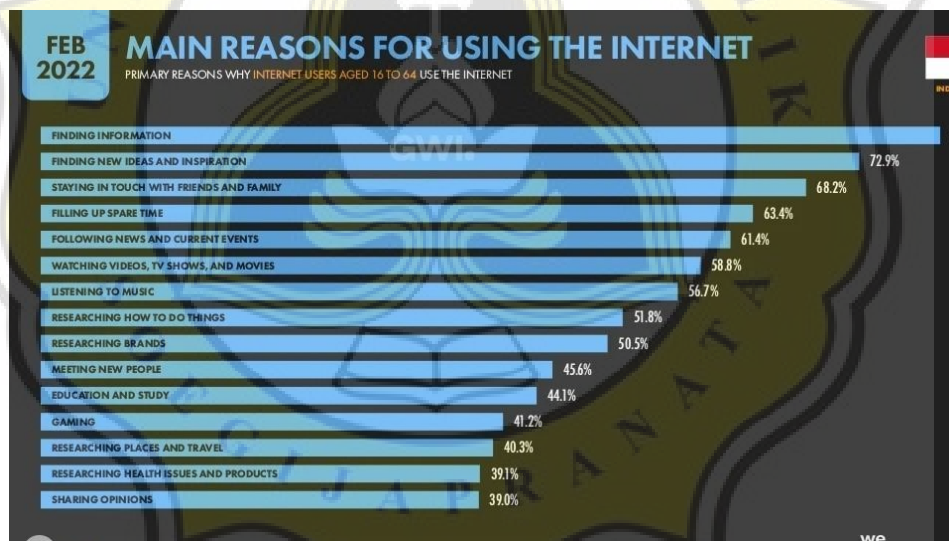


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, kemajuan teknologi khususnya pada bidang komunikasi bertumbuh dengan pesat. Salah satu hasil dari pertumbuhan pesat itu adalah internet. Keuntungan internet yang selalu *up to date* serta dapat diakses secara global membuat internet menjadi salah satu sarana informasi dan komunikasi yang diminati oleh penggunanya. Penggunanya pun mulai dari perorangan, hingga lingkup yang lebih luas lagi seperti perusahaan atau perkantoran.



Gambar 1.1 Data Alasan Penggunaan Internet

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Dari banyaknya pengguna internet di Indonesia, ditemukan alasan-alasan utama mengapa mereka menggunakan internet. Berdasarkan gambar 1.1, dapat diamati bahwa orang Indonesia menggunakan internet sebagai media menemukan atau mencari

informasi, menemukan ide dan inspirasi, melakukan hubungan komunikasi dengan keluarga maupun teman, mengisi waktu luang, mendapat informasi seputar kejadian terbaru dan untuk menonton film, video, dan juga film, dan sebagainya. Dengan perkembangan internet yang sedemikian rupa dan juga memiliki pengguna aktif sangat banyak, saat ini muncul berbagai macam *platform* digital seperti media sosial.

Menurut Nurudin, Media sosial merupakan alat komunikasi yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkontribusi satu dengan lainnya dengan cara bekerja sama dan membagikan informasi antar pengguna baik di bidang bisnis, pariwisata, kesehatan, keagamaan, dan lain sebagainya dengan cepat yang didalamnya, pengguna dapat melakukan interaksi dua arah tanpa terbatas jarak dan waktu serta mampu membuat, menyunting dan membagikan konten informasi berupa berita, promosi, artikel, foto dan video. (Situmorang, 2021).

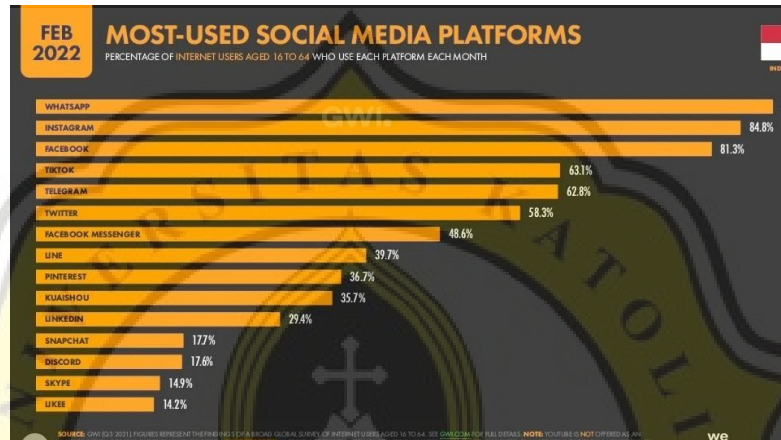
Laughey dan McQuail berpandangan bahwa Media sosial sendiri terbentuk dari dua kata yaitu media dan sosial yang memiliki makna yang terkandung di dalamnya. Secara sederhana, media dapat dijelaskan sebagai alat untuk melakukan komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Definisi dari kata “media” memiliki kecenderungan terhadap penggunaan sarana beserta teknologinya. Sedangkan kata sosial merujuk kepada kenyataan bahwa masing-masing individu selalu melakukan tindakan yang berdampak terhadap masyarakat. Dalam pelaksanaannya, Durkheim mengatakan bahwa media dan seluruh perangkat lunak yang terkandung di dalamnya merupakan proses sosial yang bermakna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Mulawarman, 2017: 37).

Media sosial digunakan sebagai alat dalam melakukan interaksi, komunikasi, dan membangun jaringan dengan media *online*. Brogan mendefinisikan media sosial sebagai berikut: “*social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to common person*” atau dapat diartikan bahwa media sosial adalah set yang baru dalam komunikasi serta media kolaborasi yang membuat berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia (Lubis, 2021:1). Media sosial sendiri memiliki karakteristik khusus yang diantaranya mencakup jangkauan, aksesibilitas, aktualitas, permanen, dan penggunaannya.

Beberapa contoh media sosial bermunculan yaitu seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tik-Tok, Discord dan lain masih banyak lagi. Instagram sebagai salah satu media sosial yang ada, memiliki kegunaan sebagai alat komunikasi dan pemberi informasi pengetahuan bagi penggunanya dalam bentuk unggahan gambar maupun video. Pengguna media sosial Instagram memiliki kesempatan untuk dapat berbagi gambar maupun video yang nantinya dapat dilihat oleh pengguna yang lain (Bambang, 2012). Selain sebagai sarana untuk membagikan gambar serta video, Instagram memiliki keunikan dalam kemampuannya melakukan siaran langsung oleh penggunanya sehingga dapat berinteraksi secara langsung dengan pengikut, dan fitur layanan *privacy* yang membuat interaksi hanya dapat dilakukan oleh pengguna yang telah berteman sehingga tidak terbuka untuk publik.

Karena berbagai keunggulan didalamnya, Instagram saat ini menempati urutan kedua *platform* media sosial yang paling banyak digunakan per bulan Februari 2022 menurut *Hootsuite*. Dapat dilihat pada gambar diatas, Instagram menempati urutan kedua pengguna terbanyak dengan persentase 84,8% pengguna di Indonesia, hanya terpaut satu

posisi dibawah WhatsApp yang memiliki persentase 88,7% pengguna. Dibawahnya, terdapat Facebook yang penggunanya mencapai 81,3%, Tiktok yang mencapai 63,1%, diikuti oleh Telegram, Twitter, Facebook Messenger, Line, Pinterest, dan masih banyak lagi.



Gambar 1.2 Data Peringkat Media Sosial Berdasarkan Jumlah Pengguna

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Instagram sebagai media informasi dapat diartikan bahwa mereka memberikan tempat bagi pengguna mereka untuk berperan dalam memanfaatkan fitur penyebaran informasi melalui unggahan yang dibagikan, sehingga dapat diterima oleh pengguna yang lain. Fitur-fitur yang ada di Instagram sangatlah beragam dan diantaranya terdapat fitur-fitur yang dapat menunjang penyampaian informasi dari komunikator menuju komunikan diantaranya yaitu *home page*, *comments*, *profil*, *caption*, *follow*, *like* dan masih banyak lagi.

Di tengah situasi pandemi Covid-19 lalu di Indonesia, komunikasi khususnya di bidang kesehatan menjadi langkah yang penting dalam menyebarkan informasi mengenai Covid-19 dari pemerintah ke masyarakat. Namun penyebaran informasi

tersebut menemui kendala yang dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang mewajibkan seluruh masyarakat untuk saling menjaga jarak sehingga informasi harus dilakukan melalui media online. Dalam situasi seperti ini, lembaga pemerintahan yang memiliki tanggung jawab atau wewenang terbesar dalam menangani hal tersebut adalah Dinas Kesehatan yang merupakan pihak yang dirasa paling tepat untuk memberikan informasi. Dinas Kesehatan tiap-tiap daerah menggunakan media sosial Instagram dengan pengguna terbanyak dan berbagai macam kemudahan dari fitur-fitur didalamnya sebagai media penyebaran informasi mereka. Salah satu Dinas Kesehatan yang memanfaatkan hal tersebut yaitu Dinas Kesehatan Kota Semarang dengan adanya akun Instagram @dkksemarang.

Akun @dkksemarang merupakan akun media sosial resmi milik Dinas Kesehatan Kota Semarang yang menggunakan media Instagram sebagai media untuk melakukan penyebaran informasi. Dinas Kesehatan Kota Semarang menggunakan Instagram sebagai sarana memberikan informasi ke masyarakat seputar kesehatan dalam bentuk foto maupun video yang berisi seperti layanan vaksinasi, penyuluhan kesehatan, serta rutin melakukan *update* kasus Covid-19 di Kota Semarang. Akun @dkksemarang sendiri sudah diikuti oleh 88,4 ribu *followers* dengan postingan sebanyak 2547 per tanggal 13 Februari 2023.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan akun media sosial instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang @dkksemarang sebagai media penyebaran informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun media sosial instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang @dkksemarang sebagai media penyebaran informasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan juga wawasan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya dalam hal analisis pemanfaatan akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang @dkksemarang sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Kota Semarang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir penulis dan menerapkan teori-teori yang selama ini didapat selama masa perkuliahan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pembaca supaya mengetahui dan memahami bagaimana analisis pemanfaatan akun media sosial Instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang @dkksemarang sebagai media penyebaran informasi yang meliputi informasi kesehatan, pelayanan publik, dan juga aktivitas di dalam lingkup Dinas Kesehatan Kota Semarang.

1.5 Penelitian Terdahulu

1.5.1 Penelitian yang pertama dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial *Twitter*

oleh Ganjar Pranowo dan Ridwan Kamil” milik Ahmad Suminto dan Afif Al Farizi. Adapun dalam penelitian ini, ingin meneliti bagaimana pemanfaatan media sosial twitter oleh Ganjar Pranowo dan Ridwan Kamil dalam memberikan dan mendedikasikan pelayanan kepada publik. Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Persamaan jurnal yang peneliti ambil dengan penelitian yang ingin penulis lakukan yaitu adanya kesamaan dalam mengkaji analisis pemanfaatan media sosial dalam hal penyebaran informasi. Pembelajaran yang diambil oleh peneliti dari jurnal yang pertama ini yaitu media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi bagi individu, melainkan juga pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga interaksi menjadi mudah dan efektif.

1.5.2 Penelitian yang kedua dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial melalui Whatsapp

Group FEI Sebagai Sarana Komunikasi” yang ditulis oleh A. Sukrillah, Ratnamulyani, dan Kusumadinata. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui karakteristik penggunaan WhatsApp dan mengetahui pemanfaatan media sosial WhatsApp Group FEI sebagai media komunikasi Civitas Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda Bogor. Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun kesamaan antara jurnal ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah kesamaan dalam mengkaji masalah pemanfaatan media sosial sebagai penyampaian informasi. Pembelajaran yang penulis ambil dari jurnal ini yaitu media sosial dalam hal ini

WhatsApp tidak hanya berfungsi untuk media penyampai informasi, tetapi juga menjadi media diskusi, hiburan, serta memberikan dampak serta pembuatan kebijakan.

1.5.3 Penelitian yang ketiga milik Nadya Ayu Pitaloka dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial oleh Lembaga Pemerintahan sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Terhadap Akun Media Sosial Instagram @bpbd_diy dalam Penyebaran Informasi Covid-19) Periode 2020”. Jurnal ini ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram oleh lembaga pemerintahan dalam menyebarkan informasi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ketiga ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu kesamaan dalam mengkaji pemanfaatan media sosial, Instagram oleh sebuah lembaga sebagai media penyebar informasi. Pembelajaran penulis dari jurnal ketiga ini yaitu bahwa pemanfaatan media sosial instagram oleh BPBD DIY di tengah pandemi Covid-19 sangat efektif dalam menerapkan kebijakan pemerintah.