



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kementerian Perhubungan merupakan salah satu lembaga pemerintahan di Indonesia yang mempunyai tugas dan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pembangunan di bidang perekonomian dan sosial nasional, mengingat setiap kegiatan di bidang transportasi berperan penting dalam mendistribusikan barang dan jasa ke seluruh pelosok tanah air. Pelayanan yang diberikan oleh Kementerian Perhubungan juga tidak hanya sekedar pada pembangunan saja, tetapi juga untuk menciptakan kenyamanan dan keselamatan dalam bertransportasi bagi masyarakat Indonesia.

Dalam proses mewujudkan setiap komitmennya, Kementerian Perhubungan kemudian mendirikan departemen Teknologi Informasi dan Komunikasi yang bertugas untuk memberikan informasi yang transparan, mensosialisasikan kebijakan dan pelayanan Kementerian Perhubungan, hingga mengedukasi khalayak mengenai pentingnya keselamatan dalam bertransportasi sehingga tercipta kesadaran informasi pada khalayak. Kementerian Perhubungan menyadari bahwa lembaga masyarakat, tanpa masyarakatnya hasilnya juga akan nihil karena setiap pembangunan dan perbaikan yang dilakukan juga diberikan untuk rakyat. Selain itu, Kementerian Perhubungan sebagai lembaga pemerintahan juga memerlukan komunikasi ke publik untuk membangun citra dan reputasinya untuk menciptakan rasa kepercayaan antara masyarakat dan

pemerintah agar setiap kegiatan yang dilakukan dapat didukung dan diperhatikan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kinerja kementerian pada akhirnya.

Dalam upaya mewujudkan komitmennya dalam pelayanan masyarakat, pada tahun 2014 Kementerian perhubungan meluncurkan layanan *Contact Center* yang diberi nama 151. *Contact Center* 151 mengfokuskan diri untuk memberikan informasi mengenai regulasi, pelayanan, keselamatan, dan laporan kinerja Kementerian Perhubungan secara transparan sehingga tercipta kesadaran informasi khalayak yang pada akhirnya diharapkan dapat mengubah pola pikir atau perilaku yang dapat memberikan efek positif kepada Kementerian Perhubungan. *Contact Center* 151 diharapkan dapat mempercepat dan mempermudah proses komunikasi dua arah antara masyarakat dan Kementerian Perhubungan.

Pada awalnya layanan *Contact Center* 151 hanya menyediakan akses melalui telepon 151, email 151, Facebook 151, dan Twitter 151. Namun, dalam perkembangannya pada tahun 2015 Kementerian Perhubungan menambah akses layanannya berupa Instagram @kemenhub151. Keputusan ini diambil karena adanya penambahan pengguna Instagram di Indonesia setiap tahunnya, berdasarkan laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa Instagram menempati media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia sebesar 19,9 juta jiwa. APJII juga mengungkapkan bahwa 16,17% dari pengguna internet, memanfaatkan media sosial untuk

mencari informasi mengenai layanan publik seperti informasi undang-undang atau peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Selain itu, penambahan media sosial sebagai akses jembatan komunikasi juga dikarenakan media sosial mampu mengerjakan dan berfungsi sebagai media konvensional lainnya. Seperti yang dikutip dari Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik, Rosita Niken Widiastutri kepada beritasatu.com (2017, para. 4) menyatakan bahwa media sosial mampu untuk mengeser media konvensional karena sifatnya yang terbuka, bebas, cepat, dan mudah diakses oleh penggunanya. Oleh karena itu, humas pemerintahan harus berperan proaktif dalam memanfaatkan media sosial untuk mengomunikasikan setiap kebijakan dan pelayanan publik.

Dan dilansir dari berita daring di Kompas.com (2014, para. 5) media sosial juga diyakini dapat membentuk kesadaran informasi yang lebih efektif dan baik dibandingkan dengan media konvensional lainnya karena sifat media sosial yang seperti *multi-level-marketing* karena setiap *post* dan penggunanya saling terhubung satu sama lain.

Berdasarkan kondisi dan situasi di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat topik mengenai pengaruh konten media sosial Instagram @kemennhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak karena Instagram merupakan media sosial baru yang dipilih oleh Kementerian Perhubungan sebagai jembatan komunikasinya. Instagram juga menempati urutan kedua dari seluruh media sosial Kementerian Perhubungan yang memiliki pengikut paling

banyak. Sifat Instagram yang informatif secara visual dan tersusun secara terencana dan sistematis juga memberikan nilai tambah lebih.

Selain itu, konten media sosial Instagram menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena walaupun media sosial menawarkan kelebihan yang mengiurkan dibandingkan dengan media konvensional, media sosial bukanlah apa-apa jika tidak terdapat konten informasi yang menarik dan berguna. Gary Vaynerchuck yang dikutip dalam *The Social Media Guru* (2016, p. 236) mengatakan bahwa konten adalah raja dalam media sosial. Konten media sosial yang tepat, dengan media yang tepat, dan waktu yang tepat akan menghilangkan *noise* dalam komunikasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak?
2. Seberapa besar pengaruh antara konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak?
3. Berapa prediksi nilai kesadaran informasi transportasi pada khalayak yang dipengaruhi oleh konten media sosial Instagram @kemenhub151?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara konten media sosial Instagram @kemenhub151 terhadap kesadaran informasi transportasi pada khalayak.
3. Untuk mengetahui berapa prediksi nilai kesadaran informasi transportasi pada khalayak yang dipengaruhi oleh konten media sosial Instagram @kemenhub151.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti. Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari beberapa segi, yaitu segi akademis dan praktis. Adapun manfaat penelitian tersebut antara lain:

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menyumbang beberapa pandangan atau pemikiran baru yang berkaitan dengan teori atau konsep mengenai penggunaan media sosial pada pemerintahan dalam meningkatkan kesadaran informasi transportasi pada khalayak. Selain itu, peneliti juga

berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi institusi pemerintahan, khususnya untuk Kementerian Perhubungan Indonesia dalam penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran informasi pada khalayak.

Selain itu peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan masukan kepada institusi pemerintahan lainnya dalam pengembangan strategi komunikasi media sosial yang baru sehingga lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran informasi.

