

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di era sekarang, pengaruh media sosial tak dapat dipisahkan dari setiap aktivitas yang dilakukan. Media ini, dengan berbagai jenis kontennya, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Kemajuan teknologi dan telekomunikasi juga berperan besar dalam mendorong pertumbuhan internet. Menurut Sutrisno & Mayangsari (2022) media sosial sebagai platform online yang memberi kesempatan kepada penggunanya untuk mengakses, mengikuti, berkontribusi dalam pembuatan, mengomentari, serta membagikan berbagai jenis konten, termasuk teks, gambar, video, dan foto. Revolusi industri 4.0 kini berkembang dengan memanfaatkan kecerdasan buatan dan internet of things sebagai penggerak utama dalam membangun konektivitas (Prasetyo & Trisyanti, 2018).

Kehadiran internet mempermudah penggunanya untuk mengakses informasi di mana saja dan kapan saja melalui smartphone atau perangkat lain, sehingga memfasilitasi pekerjaan manusia dalam berkomunikasi, mencari, memperoleh, dan membagikan informasi. Menurut Sari et al. (2018), perkembangan media sosial telah mengalami kemajuan pesat yang memberikan dampak signifikan dan mengubah berbagai aspek kehidupan di dunia. Penggunaannya semakin meluas, terutama oleh lembaga pemerintahan daerah, yang menjadikannya sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat (Habibah & Irwansyah, 2021). Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah memiliki tujuan yang jelas, media sosial tidak hanya berfungsi untuk membangun citra, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi pemerintah. Peraturan tersebut disebut sebagai pedoman atau regulasi terkait pemanfaatan media sosial di instansi pemerintah (Antoni, 2019).

Penggunaan media sosial saat ini semakin meluas, salah satunya adalah Instagram (Amira & Nurhayati, 2019). Instagram adalah bentuk komunikasi yang cukup baru, di mana pengguna dapat dengan mudah berbagi informasi melalui foto atau video, yang sering disebut sebagai "update" (Sari & Basit, 2020). Oleh karena itu Instagram menawarkan potensi yang signifikan untuk kegiatan pemasaran dan promosi. Platform ini sangat efektif sebagai media untuk mempromosikan jasa, produk, atau branding perusahaan, berkat kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan terlibat (Rizky & Setiawati, 2020). Saat ini, Instagram tidak hanya dimanfaatkan oleh individu, tetapi juga oleh kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, dan bahkan pemerintah. Pemerintah juga memperhatikan penggunaan media sosial oleh instansi sebagai inovasi teknologi, seperti menggunakan Instagram untuk menyebarluaskan informasi tentang wilayah mereka. Ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya untuk ekspresi pribadi, tetapi juga untuk menyebarkan informasi ke masyarakat luas. Dengan ini pemerintahan pada Kota Tangerang Selatan telah melakukan jangkauan internet gratis, dilansir melalui Pemerintah Kota (Pemkot) Tangerang Selatan (Tangsel) melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) terus memperluas jangkauan internet gratisnya. Kali ini, 58 pusat kegiatan belajar masyarakat (PKBM) di wilayah Tangsel mendapatkan akses internet gratis (Iswan, 2024). Hal ini merupakan upaya pemerintah untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat. Semata-mata agar masyarakat bisa mendapatkan informasi yang maksimal terkait penggunaan internet.

Media sosial dimanfaatkan sebagai alternatif untuk menyediakan layanan, merumuskan kebijakan publik, dan mengumpulkan berbagai aspirasi dari masyarakat (Furqon et al., 2018). Saat ini, Kota Tangerang Selatan mengelola beberapa akun media sosial, termasuk salah satunya @humaskotatangsel. Pemkot Tangerang Selatan memilih Instagram sebagai salah satu mode untuk berkomunikasi, karena Sendari (2019) menyatakan bahwa Instagram merupakan platform yang dimanfaatkan oleh banyak orang untuk mengabadikan, membagikan foto dan video, menambahkan filter, serta melakukan berbagai aktivitas lainnya.

Selain itu, Instagram juga berperan sebagai media yang efektif untuk keperluan promosi dan komunikasi. Humas pemerintah memiliki peran dalam menjaga kebijakan pemerintah, menyampaikan informasi terkait kebijakan dan program yang dijalankan, serta memberikan layanan kepada masyarakat. Selain itu, humas juga berfungsi sebagai penghubung antara kepentingan lembaga dan masyarakat dengan menyerap aspirasi serta memperhatikan kebutuhan publik. Humas pemerintah juga bertugas menciptakan suasana positif antara lembaga dan masyarakat guna menjaga stabilitas politik dan keamanan nasional (Prastowo, 2020). Akun Instagram @humaskotatangsel milik pemerintah Kota Tangerang Selatan merupakan contoh bagaimana media sosial digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan memfasilitasi komunikasi antara pemerintah dan warga, dengan jumlah *followers* mencapai 44,1 ribu *followers* dengan jumlah posting perhari ini tanggal 18 september 2024 sebanyak 7.025 ribu. Akun @humaskotatangsel memanfaatkan fitur-fitur ini untuk menarik perhatian masyarakat dan menciptakan interaksi yang aktif. Konten yang dibagikan mencakup informasi penting seputar Kota Tangerang Selatan, seperti kebijakan pemerintah, pengumuman kegiatan, promosi pariwisata, hingga sosialisasi program-program Pembangunan. Media sosial memungkinkan praktisi humas di pemerintahan untuk menyampaikan informasi dan memperoleh masukan serta pendapat yang relevan dari publiknya (Farhatiningsih, 2018).

Pelayanan instansi adalah kegiatan yang ditawarkan oleh lembaga pemerintah untuk kepentingan publik. Tugas utama lembaga pemerintah adalah memberikan layanan yang optimal kepada masyarakat dengan tujuan mencapai kesejahteraan bagi semua orang (Permatasari et al., 2021). Media sosial telah muncul sebagai kekuatan komunikasi yang baru, dan perusahaan serta lembaga di seluruh dunia kini menyadari peran penting media sosial dalam menciptakan citra yang positif (Fericca & Parlindungan, 2020). Dalam konteks ini, strategi komunikasi pemasaran menjadi krusial bagi pemerintah dalam membangun dan mempertahankan citra positif. Pemerintah daerah, seperti @HUMASKOTATANGSEL, memanfaatkan Instagram untuk mengkomunikasikan berbagai program, kebijakan, dan kegiatan

kepada publik. Strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram tidak hanya sekadar memposting informasi, tetapi juga melibatkan pembuatan konten yang menarik, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan Masyarakat. Menurut Prisgunanto (2014), komunikasi pemasaran merupakan proses yang melibatkan pengembangan dan pelaksanaan berbagai jenis program komunikasi persuasif kepada pelanggan secara terus-menerus. Strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan di Instagram dapat meningkatkan visibilitas merek dan kesadaran di kalangan audiens target, menarik lebih banyak pelanggan potensial, serta memperkuat posisi dalam industri dokumentasi persalinan (Tarigan et al., 2024).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, dapat dilihat bahwa perkembangan teknologi sangat begitu pesat sehingga banyak masyarakat yang tidak bisa lepas dari teknologi terutama mengenai digital pada media sosial. Umumnya Masyarakat telah memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi dan keterampilan digital. Era ini menjadi suatu hal yang dikatakan lebih maju karena pasalnya sebuah pemerintahan pun memakai media sosial sebagai alat bagi komunikasi masyarakat, promosi serta informasi. Humas kota Tangerang Selatan memakai media sosial untuk dijadikannya alat komunikasi kepada Masyarakat serta berperan dalam membangunnya dan membentuk citra positif bagi humas tangsel di era digital ini, Namun bagaimana strategi media sosial @Humaskotatangsel untuk meningkatkan citra positif pemerintahan? Dengan fokus pada pertanyaan ini, penelitian bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial dalam membangun dan mempertahankan citra pemerintah di mata publik.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi media sosial @Humaskotatangsel untuk meningkatkan citra positif pemerintah?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi media sosial @Humaskotatansel untuk meningkatkan citra positif pemerintah.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam strategi komunikasi digital dan media sosial dalam konteks pemerintahan. Melalui studi kasus @Humaskotatansel, skripsi ini memberikan contoh nyata tentang bagaimana pemerintah memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dan membentuk citra positif di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga membantu memperluas pemahaman tentang peran media digital dalam public relations pemerintah, sekaligus menjadi referensi bagi metode penelitian media sosial di sektor publik. Lebih lanjut, skripsi ini menyediakan data empiris yang relevan untuk penelitian lanjutan terkait efektivitas media sosial dalam membangun citra organisasi, serta memperkaya literatur akademis mengenai pengaruh teknologi komunikasi terhadap opini publik.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi instansi pemerintah dalam merancang strategi media sosial yang efektif untuk membangun citra positif dan memperkuat keterlibatan publik. Penelitian ini juga membantu pengelola media sosial memahami jenis konten yang tepat, meningkatkan transparansi, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan warga. Selain itu, skripsi ini dapat digunakan untuk manajemen krisis komunikasi, mengoptimalkan penggunaan anggaran media sosial, serta sebagai alat evaluasi untuk memperbaiki strategi komunikasi yang sedang diterapkan oleh pemerintah. Melalui penerapan hasil penelitian ini, pemerintah dapat lebih efisien dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan persepsi positif di masyarakat.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Dengan strategi media sosial yang tepat, pemerintah dapat lebih mudah menyampaikan informasi yang transparan, akurat, dan relevan, sehingga meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintahan. Selain itu, penelitian ini juga dapat mendorong keterlibatan aktif warga dalam berbagai program pemerintah, menciptakan interaksi yang lebih terbuka, serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah. Dengan demikian, skripsi ini berkontribusi pada terciptanya komunikasi yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat, yang pada akhirnya dapat membangun hubungan yang harmonis dan meningkatkan persepsi positif terhadap institusi pemerintah.

### **1.5.4 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian mengenai "*Strategi Media Sosial @humaskotatangsel untuk Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan*" memiliki beberapa keterbatasan, seperti ruang lingkup yang hanya terfokus pada Instagram sehingga tidak mencakup media sosial lainnya yang mungkin berkontribusi pada citra pemerintahan. Data penelitian sebagian besar bersifat kualitatif dan bergantung pada wawancara serta pengamatan, sehingga rentan terhadap bias subjektif. Selain itu, durasi pengamatan yang terbatas tidak memungkinkan penilaian atas perubahan strategi jangka panjang. Analisis respons masyarakat juga hanya didasarkan pada interaksi di Instagram, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili persepsi publik secara luas. Keterbatasan ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian lanjutan dengan pendekatan yang lebih komprehensif dan kuantitatif.