

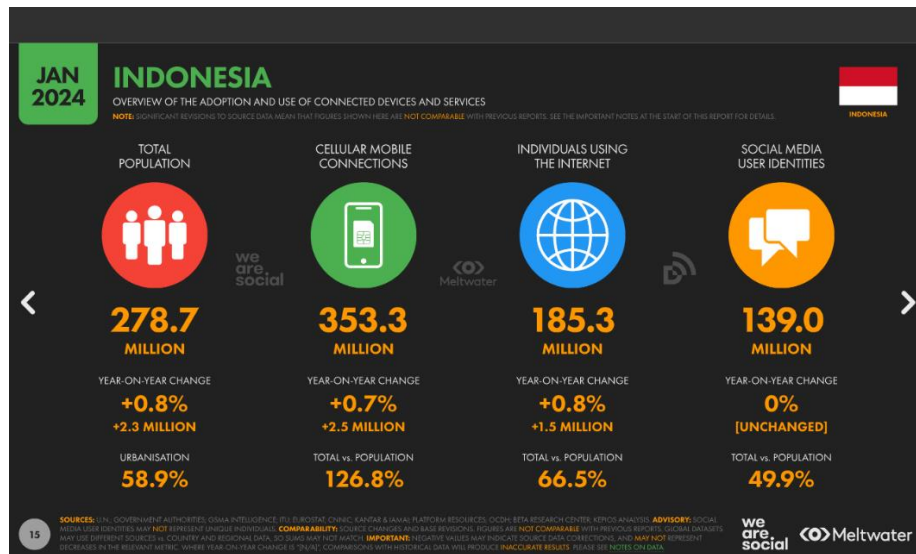
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi yang berlangsung dengan kecepatan yang luar biasa, telah menjadi kekuatan dominan yang melibatkan setiap aspek kehidupan kita. Sejak era munculnya internet hingga implementasi sistem kecerdasan buatan, evolusi ini bukan sekadar menghasilkan inovasi, tetapi juga membentuk suatu realitas baru yang mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan menjalani kehidupan sehari-hari (Lubis *et al.*, 2023). Menurut Tuten dan Salomon (2018) Informasi tidak hanya mengalir dari perusahaan besar atau pemerintah kepada kita, saat ini masing-masing dari kita dapat berkomunikasi dengan banyak orang hanya dengan satu klik pada papan ketik, sehingga informasi juga mengalir di antara orang-orang. Perubahan mendasar dalam cara kita hidup, bekerja, dan bermain ini sebagian ditandai oleh tingginya angka *social media*.

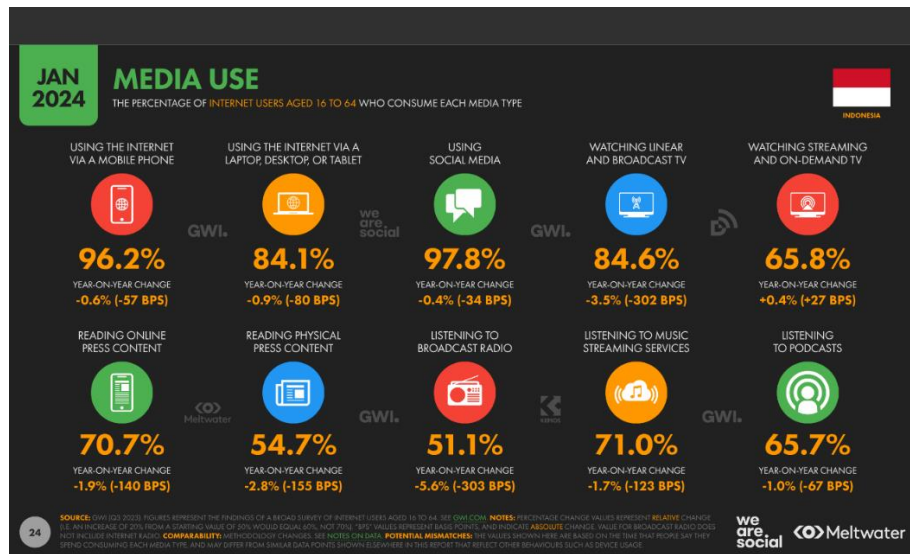
Bentuk interaksi yang dapat menghubungkan masyarakat terhadap internet salah satunya adalah *social media*. Selain itu *social media* juga menawarkan layanan kepada hal layak publik untuk membantu menyalurkan informasi-informasi yang terkait dengan apa yang ingin mereka lakukan serta butuhkan. Informasi tersebut mulai dari hiburan, sajian edukasi, informasi, promosi hingga media pemasaran. Sebagian besar masyarakat di Indonesia telah menggunakan ponsel untuk mengakses informasi melalui *social media* (Putri Ardhya *et al.*, 2024).



Gambar 1.2 Data Penggunaan Internet di Indonesia
 Sumber : *wearesocial.com* (2024)

Menurut data dari *wearesocial.com* (2024), Pada Januari 2024 jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 278,7 juta jiwa dengan tingkat urbanisasi mencapai 58,9%. Koneksi seluler di Indonesia mencapai 353,3 juta, yang berarti jumlah koneksi melebihi jumlah populasi dengan rasio 126,8%, mengalami peningkatan sebesar 0,7% atau 2,5 juta koneksi dibandingkan tahun sebelumnya. Pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 185,3 juta orang, setara dengan 66,5% dari total populasi, meningkat sebesar 0,8% atau 1,5 juta pengguna. Sementara itu, pengguna *social media* mencapai 139 juta atau 49,9% dari populasi, tanpa perubahan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan angka yang tinggi dalam penggunaan teknologi digital di Indonesia, khususnya dalam hal koneksi seluler dan akses internet, meskipun pertumbuhan pengguna *social media* tetap sama.

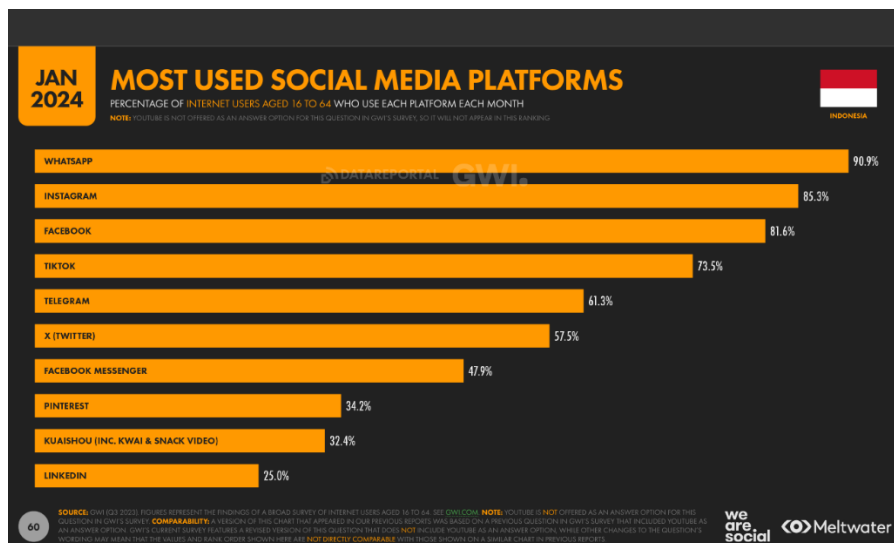
Social media begitu terlihat nyata bahkan keberadaannya membuat manusia di era sekarang ini terpaksa untuk terus mengaksesnya. Dapat dibayangkan, segala bentuk kegiatan dalam dunia nyata kini berpindah *platform* ke media digital, mulai dari sekedar untuk berkomunikasi, belajar, mencari informasi hingga proses jual beli pun dapat dilakukan lewat *social media* (Maryolein *et al.*, 2019).



Gambar 1.2 Data Penggunaan Media di Indonesia
 Sumber : *wearesocial.com* (2024)

Dari gambar diatas, penggunaan *handphone* dan *social media* di Indonesia masih mendominasi aktivitas digital di kalangan pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun. Sebanyak 96,2% pengguna internet mengakses dunia maya melalui *handphone*, meskipun terjadi sedikit penurunan sebesar 0,6% atau 57 basis poin (BPS) dibandingkan tahun sebelumnya. *Social media* juga menjadi *platform* yang sangat populer, dengan 97,8% pengguna internet aktif di *social media*. Meskipun sangat tinggi, penggunaan *social media* mengalami penurunan tipis sebesar 0,4% atau 34 BPS. Data ini menunjukkan bahwa *handphone* tetap menjadi perangkat utama bagi mayoritas pengguna internet untuk terhubung, dan *social media* merupakan aktivitas digital utama, meskipun terjadi sedikit penurunan dalam penggunaannya dibandingkan tahun sebelumnya.

Tuten dan Salomon (2018), menyatakan bahwa *social media* adalah sarana komunikasi, penyampaian, kolaborasi, dan pembinaan secara daring di antara jaringan orang, komunitas, dan organisasi yang saling terhubung dan bergantung, yang diperkuat oleh kemampuan teknologi dan mobilitas. Hal ini terdengar seperti definisi yang rumit karena *social media* ada dalam lingkungan yang kompleks dan berkembang dengan cepat.



Gambar 1.3 Data Penggunaan Platform Social media di Indonesia
 Sumber : *wearesocial.com* (2024)

Pada Januari 2024, Instagram menempati posisi kedua sebagai *platform social media* yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 85,3%. Angka ini menunjukkan tingginya minat pengguna internet di Indonesia terhadap Instagram, terutama sebagai *platform* berbagi konten *visual* seperti foto dan video. Instagram terus menjadi pilihan utama bagi berbagai kalangan, baik untuk keperluan personal maupun profesional. Fitur-fitur seperti Instagram *Stories* dan *Reels* juga berperan dalam meningkatkan popularitas *platform* ini, khususnya di kalangan generasi muda yang tertarik dengan konten interaktif dan kreatif. Penggunaan Instagram tidak hanya terbatas pada hiburan, tetapi juga sebagai alat pemasaran dan komunikasi bagi bisnis, pemerintah, *influencer*, serta merek dalam menjangkau *audience* yang lebih luas.

Pemerintah dapat memanfaatkan popularitas Instagram dengan merancang komunikasi yang menarik melalui konten *visual* yang kreatif dan interaktif. Fitur seperti Instagram *Stories* dan *Reels* memungkinkan penyebaran pesan yang singkat namun menarik dan menjangkau *audience* yang lebih muda. Selain itu, Instagram juga dapat digunakan untuk membangun *awareness* pemerintah Kota Bogor. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu produk,

perlu dilakukan secara berkesinambungan agar merek tersebut tetap dikenang meskipun ada banyak produk serupa di pasaran (Afrit Wira Buana *et al.*, 2020). Dalam pembangunan Jembatan otista, kesadaran masyarakat akan informasi dan arahan dari Pemerintah Kota Bogor tentang proses pembangunan mulai dari perencanaan, pembangunan hingga selesai perlu adanya perhatian dari masyarakat. Hal tersebut membuat *awareness* atau kesadaran dari masyarakat perlu diperhatikan dalam studi kasus ini.



Gambar 1.4 Jumlah Pengikut Instagram @pemkotbogor
Sumber : Instagram @pemkot bogor (2024)

Akun Instagram @pemkotbogor, yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 181 ribu, menjadi salah satu media komunikasi strategis Pemerintah Kota Bogor dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan jumlah pengikut yang signifikan, akun ini memiliki potensi besar untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, khususnya pengguna aktif *social media* di Kota Bogor. Hal ini mencerminkan kepercayaan publik terhadap akun tersebut sebagai sumber informasi resmi terkait berbagai kebijakan dan program pemerintah, termasuk proyek-proyek infrastruktur seperti pelebaran Jembatan Otista. Besarnya *audience* ini juga memberikan peluang bagi pemerintah untuk membangun kesadaran masyarakat secara efektif dan interaktif melalui konten-konten yang relevan dan informatif.

Dalam berkomunikasi atau menyebarkan informasi melalui *social media*, ada yang perlu diperhatikan yaitu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 yang kemudian mengalami perubahan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Dimana dalam UU ITE tersebut terdapat beberapa pasal yang berhubungan dengan

penyalahgunaan penyebaran informasi elektornik (Fitriani, 2017). Menurut Kominfo.go.id (2015) Dalam struktur pemerintahan, terdapat fungsi humas yang bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan, program, dan kegiatan pemerintah kepada masyarakat secara komprehensif, akurat, dan tepat waktu.

Tugas humas juga melibatkan penyatuan pemahaman antara pemerintah dan masyarakat mengenai visi, misi, serta persepsi yang sama, serta menjadi saluran bagi aspirasi publik yang menjadi masukan dalam proses evaluasi kebijakan dan program pemerintah. Peran humas dalam pemerintahan adalah untuk membantu menguraikan dan mencapai tujuan dari program pemerintah, meningkatkan responsivitas pemerintah terhadap kebutuhan masyarakat, dan memberikan informasi yang memadai kepada publik agar masyarakat dapat melakukan penyesuaian diri yang tepat. Dengan demikian, humas bertugas untuk menyampaikan kebijakan dan layanan pemerintah melalui berbagai media dengan tujuan agar informasi tersebut tersampaikan dengan baik, dan akhirnya, menciptakan citra positif pemerintah yang diterima dan disetujui oleh masyarakat.



Gambar 1.5 Informasi Penutupan Jalan Otista
Sumber : Instagram @pemkotbogor

Akun Instagram resmi Pemerintah Kota Bogor yaitu @pemkotbogor (2023), memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait berbagai proyek dan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah kota. Salah satu proyek yang menjadi fokus perhatian adalah pelebaran Jembatan Otista. Melalui akun tersebut, pemerintah kota dapat secara teratur menginformasikan perkembangan proyek tersebut kepada warga Kota Bogor dan masyarakat umum. Informasi yang disampaikan meliputi mulai dari rencana, tahapan proyek, progres pekerjaan, perubahan lalu lintas, dan manfaat yang akan didapat setelah proyek selesai. Selain itu, akun @pemkotbogor juga dapat digunakan untuk merespons pertanyaan dan masukan dari warga terkait proyek pelebaran jalan Otista, sehingga memperkuat transparansi dan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan tersebut.

Keunikan dari kasus pelebaran Jembatan Otista yang dijadikan studi kasus terletak pada skala dampak sosial dan strategisnya, terutama dalam konteks komunikasi publik melalui *social media*. Proyek ini tidak hanya berfokus pada perubahan infrastruktur, tetapi juga mengharuskan pemerintah daerah menghadapi tantangan besar dalam mengelola persepsi, memberikan edukasi, dan merespons keluhan masyarakat secara efektif di tengah sorotan luas di *platform* digital. Hal ini menjadikan proyek ini sebagai representasi unik dari bagaimana strategi *social media* dapat digunakan untuk membangun awareness sekaligus menjaga hubungan positif antara pemerintah dan masyarakat dalam situasi yang kompleks dan sensitif. Dengan demikian, akun Instagram @pemkotbogor berperan sebagai saluran komunikasi yang efektif antara pemerintah kota dan masyarakat, serta membantu dalam memastikan kesuksesan dan penerimaan proyek pelebaran jalan Otista oleh seluruh *stakeholders* yang terlibat.

Jalan Raya Otista merupakan salah satu jalan protokol di Kota Bogor yang menerapkan sistem satu arah atau dikenal dengan nama SSA (Sistem Satu Arah). Jalan Raya Otista memiliki sebuah jembatan yang sebelumnya dianggap sebagai penyebab kemacetan lalu lintas. Hal ini dikarenakan lebar Jembatan

Otista hanya sekitar 5,5 meter dan hanya mampu menampung dua jalur kendaraan, sedangkan ruas Jalan Otista sendiri memiliki empat jalur. Untuk memperlebar jembatan, proyek tersebut direncanakan akan berlangsung selama delapan bulan yang dimulai dari April 2023 hingga Desember 2023. Selama periode pelebaran jembatan ini, Pemerintah Kota Bogor telah menutup Jalan Raya Otista karena membutuhkan penyesuaian besar terkait rekayasa lalu lintas yang berdampak signifikan bagi Kota Bogor (Instagram @pemkotbogor, 2023).



Gambar 1.6 Kondisi kemacetan Jalan Otista tahun 2022
Sumber : news.detik.com (2022)

Jalan Raya Otista berfungsi sebagai rute utama yang sering dilalui oleh Presiden Joko Widodo dan juga tamu negara saat perjalanan menuju dan dari Istana Bogor. Pembangunan Jembatan Otista yang memakan waktu sekitar delapan bulan akan mengubah jalur yang mengarah ke Istana Bogor. Sebagai contoh, Jalan Pajajaran yang telah diperlebar dari satu lajur menjadi dua lajur di dalam lingkaran SSA. Begitu juga dengan Jalan Suryakencana, yang sebelumnya merupakan jalan satu arah menuju Jalan Siliwangi, juga akan mengalami perubahan arah (Yustanto, 2023).

Jalan Otista merupakan salah satu arteri utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap lalu lintas di Kota Bogor. Sebagai jalan utama, Jalan Otista menjadi jalur vital yang menghubungkan berbagai titik penting dalam infrastruktur kota. Arus lalu lintas di Jalan Otista tidak hanya mencakup kendaraan pribadi, tetapi juga angkutan umum dan kendaraan berat yang

mengangkut barang. Kepadatan lalu lintas yang sering terjadi di Jalan Otista secara langsung mempengaruhi mobilitas penduduk serta aktivitas ekonomi dan sosial di sekitar area tersebut. Kepadatan lalu lintas sering kali menyebabkan kemacetan yang dapat mengganggu efisiensi perjalanan dan menimbulkan dampak negatif seperti peningkatan polusi udara dan tingkat kecelakaan. Oleh karena itu, pengelolaan lalu lintas dan infrastruktur jalan yang efektif di Jalan Otista menjadi penting untuk memastikan kelancaran mobilitas dan keselamatan pengguna jalan di Kota Bogor.

Selama proses perbaikan Jembatan Otista yang berlangsung selama beberapa bulan, berbagai dampak dirasakan oleh masyarakat Kota Bogor. Salah satu dampak yang paling mencolok adalah kemacetan lalu lintas yang semakin parah di sekitar Kebun Raya Bogor akibat dirubahnya satu arah menjadi dua arah. Kepadatan lalu lintas ini tidak hanya mempengaruhi mobilitas penduduk dan pengguna jalan umum, tetapi juga berdampak pada jadwal kegiatan sehari-hari. Termasuk jam masuk sekolah yang harus dimundurkan untuk mengakomodasi keterlambatan yang disebabkan oleh kemacetan tersebut. Selain itu, bisnis dan aktivitas ekonomi di sekitar area proyek juga terpengaruh akibat kesulitan akses dan penurunan jumlah pengunjung yang berpotensi berdampak pada pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Oleh karena itu, perbaikan jembatan Otista tidak hanya menjadi tantangan logistik bagi pemerintah setempat, tetapi juga menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang perlu dipertimbangkan dalam proses perencanaan dan pelaksanaan proyek infrastruktur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang bertujuan untuk mengarahkan permasalahan yang diteliti. Masalah yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Bogor adalah mencari cara untuk memberikan informasi yang relevan dan dapat diterima oleh masyarakat melalui teknik komunikasi dalam *social media*. Kesulitan utama dalam memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi pelebaran Jembatan Otista adalah memastikan pesan dipahami audiens, karena proyek ini berdampak

besar pada transportasi harian masyarakat Kota Bogor, seperti perubahan arus lalu lintas dan kemacetan. Dampak ini memicu kebingungan dan reaksi negatif, seperti bentuk ancaman hoaks dan sentimen negatif dari masyarakat, sementara keterbatasan Instagram dalam menjangkau semua segmen audiens menambah tantangan komunikasi. Strategi *social media* yang efektif diperlukan untuk mengatasi hambatan ini.

Kepercayaan dan pemahaman menjadi penting untuk masyarakat Kota Bogor karena dapat menjadi dukungan proyek pembangunan ini. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu bagaimana strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat Kota Bogor melalui akun Instagram @pemkotbogor (studi kasus pelebaran jembatan otista).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat Kota Bogor melalui akun Instagram @pemkotbogor selama pelebaran jembatan Otista

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *social media marketing* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat Kota Bogor melalui akun Instagram @pemkotbogor selama pelebaran jembatan Otista.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengetahuan akademis dengan menggali lebih dalam tentang strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh pemerintah daerah melalui *platform* Instagram dalam konteks proyek infrastruktur. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumbangan penting dalam literatur komunikasi publik, *social media*, dan manajemen informasi di sektor pemerintahan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kota Bogor, untuk menganalisis strategi *social media marketing* mereka terkait proyek-proyek infrastruktur, termasuk pelebaran Jembatan Otista. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien, serta meningkatkan interaksi dan partisipasi masyarakat dalam proyek-proyek tersebut.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dengan memahami dan meningkatkan strategi *social media marketing*, terutama melalui *platform* Instagram, pemerintah daerah dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan infrastruktur. Hal ini dapat membantu memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya yang hanya mencakup satu *platform social media*, yaitu Instagram @pemkotbogor, dan satu studi kasus spesifik, yaitu pelebaran Jembatan Otista.