

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan konstelasi dunia global saat ini, masyarakat dihadapkan dengan fenomena disrupsi. Disrupsi adalah terjadinya perubahan cepat yang mengubah cara lama menjadi cara baru. Disrupsi sering dihubungkan dengan munculnya teknologi yang terus berkembang, sehingga dapat menciptakan pola gangguan bagi sebuah sistem bisnis dan pemerintahan (Handayani, 2020). Seperti perubahan teknologi yang semula memakai analog dan saat ini beralih ke digitalisasi.

Di era digitalisasi sekarang ini disrupsi merupakan semacam ancaman bagi pengelolaan pemerintahan. Terdapat beberapa permasalahan yang muncul akibat disrupsi dalam pengelolaan pemerintahan yaitu disrupsi bidang kehidupan, kecerdasan buatan, pemanfaatan Big Data, dan adanya interaksi dan layanan online (komang jaka, 2021). Pemerintah perlu memberikan respon positif akibat munculnya digitalisasi sebagai disrupsi yaitu dengan membentuk terobosan dan inovasi terbaru. Seperti pemanfaatan perkembangan Teknologi informasi dan komunikasi untuk pemenuhan informasi.

Informasi memegang peranan penting, apalagi saat ini masyarakat sedang memasuki era masyarakat informasi dan masyarakat pembelajaran. Manusia akan terlihat pasif jika tidak menguasai informasi dengan menguasai informasi manusia akan mendapatkan rangsangan sehingga dapat menimbulkan

kegiatan untuk melakukan sesuatu. Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengakses informasi salah satunya dengan menggunakan media sosial.



Gambar 1. 1 Data pegungna media sosial pada tahun 2021

Menurut data dari *We Are Social* diatas menunjukkan pada Januari 2021 terdapat 170 juta masyarakat Indonesia aktif menggunakan media sosia. Masyarakat aktif memakai media sosial guna memperluas komunikasi serta informasi tentang peristiwa yang pengguna abadikan melalui media sosial. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar informasi antar penggunanya telah mengubah pola interaksi individu dalam melakukan komunikasi. Kemunculan media sosial memberikan peluang kepada masyarakat untuk ikut bersaing dalam menyebarkan informasi dan peristiwa yang terjadi di sekitarnya, salah satunya dengan menggunakan media sosial *Instagram*.

Menurut survei yang dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020 *Instagram* masuk dalam media sosial yang sangat populer digunakan di Indonesia melampaui *Facebook* (www.beritasatu.com) diakses pada tanggal 13 Maret

2021). Instagram adalah sebuah aplikasi yang fungsi utamanya adalah untuk sarana mengunggah foto dan video secara instan. Mudahnya penggunaan *Instagram* dapat menarik minat pengguna dan menjadikan *Instagram* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan. *Instagram* dipandang seperti media sosial yang memberikan efek luar biasa dan menguntungkan. Di *Instagram* banyak ditemukan akun-akun yang digunakan untuk akun toko online, akun dakwah, akun instansi resmi dan akun perusahaan, akun penyedia layanan, dan akun penyuplai informasi (Ayutiani & Satria Putri, 2018).

Hubungan birokrasi pemerintah sering menimbulkan jarak antara pemerintah dengan masyarakat. Di era visual ini, *Instagram* dapat digunakan sebagai medium untuk berbagi informasi mengenai budaya, kebijakan, kuliner, pariwisata serta berbagai macam hal lainnya. Jika dilihat hampir setiap kota di Indonesia memiliki akun *Instagram* baik yang dijalankan oleh lembaga pemerintahan maupun dikelola oleh kelompok atau persorangan di luar pemerintahan.

Kabupaten Tuban merupakan salah satu Kabupaten yang ada di wilayah Provinsi Jawa Timur. Wilayah Kabupaten Tuban terletak di Jalur Pantai Utara (Pantura). Sektor utama yang dimiliki Kabupaten Tuban adalah sektor pertanian khususnya untuk tanaman pangan. Selain itu, potensi wisata dan budaya yang dimiliki Kabupaten Tuban berlimpah.

Berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti, pemerintah daerah Kabupaten Tuban kurang optimal dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial *Instagram* di akun @kabupatentuban. Bentuk

publikasi yang dilakukan di *Instagram* bersifat formal dan kegiatan-kegiatan seremonial, sehingga masyarakat kurang tertarik dengan hal tersebut. Tidak adanya aktivitas menarik yang mengedepankan interaksi seperti kuis ataupun infografis. Selain itu, ada beberapa konten yang masih menggunakan pola-pola lama seperti surat edaran yang memberikan kesan membosankan. Pernyataan berikut diperkuat dengan hasil pra riset peneliti di *Instagram @kabupatentuban* sebagai berikut:



Gambar 1. 2 konten seremonial instagram @kabupatentuban



Gambar 1. 3 konten surat edaran instagram @kabupatentuban

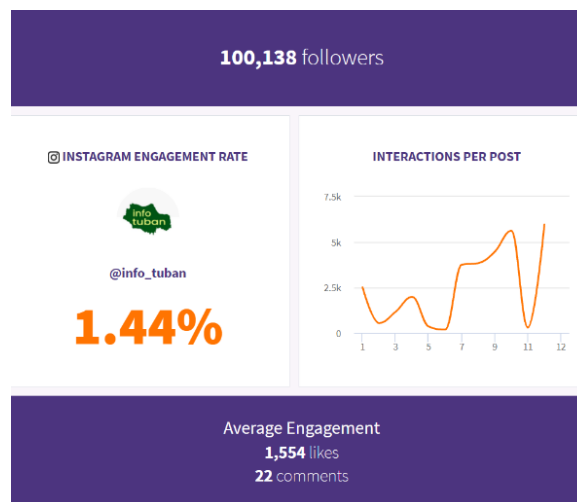
Dari hal tersebut terbentuklah info tuban sebagai *cyberspace* masyarakat Kabupaten Tuban. Info tuban merupakan perkumpulan pemuda dan pemudi asli Tuban yang terbentuk pada tanggal 7 Januari 2020. Tujuan terbentuknya info tuban untuk memberikan informasi yang beragam bagi masyarakat dan sebagai ruang komunikasi dalam membangun Kabupaten Tuban ke arah yang lebih baik. Info tuban bergerak diberbagai macam media sosial, tetapi yang lebih sering digunakan adalah *Instagram* karena lebih cepat dan mudah diakses. Pernyataan berikut diperkuat dengan hasil wawancara awal dengan Arif selaku koordinator info tuban sebagai berikut:

“jadi pada waktu itu saya melihat kok belum ada akun *Instagram* di Tuban yang konsepnya *sharing* informasi dari netijen ataupun dari admin akun itu sendiri, akhirnya saya berinisiatif untuk membuat akun dengan nama @info_tuban ini.”

Arif menambahkan, bahwa akun @info_tuban merupakan akun yang bersifat profit. Selain itu, akun *Instagram* @info_tuban mengunggah berbagai macam konten tentang Kabupaten Tuban seperti event bersifat formal dan non formal, destinasi serta potensi wisata, kekayaan budaya, dan kuliner. Setiap hari akun *Instagram* @info_tuban mengalami jumlah penambahan *followers*. *Followers* dari akun @info_tuban berisi masyarakat Tuban dan masyarakat non-Tuban. Setiap hari, akun @info_tuban mengunggah foto dan video yang beragam dan bervariasi melalui feed atau instastory.

Saat ini akun *Instagram* @info_tuban memiliki 100.000 ribu *followers*, hal ini membuat info tuban memiliki *followers* terbanyak di Tuban dibandingkan

dengan kompetitor-kompetitornya. Dengan jumlah pengikut sebanyak 100 ribu di *Instagram* keterlibatan pengikut (*engagement*) dari akun @info_tuban, berdasarkan *engagement calculator* sebesar 1,44%. Perhitungan tersebut berdasarkan jumlah pengikut, komentar, dan likes.



Gambar 1. 4 Hasil engagement akun instagram @info_tuban

Pada dasarnya, tidak ada ketentuan khusus untuk besaran presentase *engagement* dari aktivitas media sosial. Menurut *influencer.co* jumlah rata-rata *engagement* Instagram berdasarkan jumlah akun diatas 100.000 akun pengikut sebanyak 2,5%. Berdasarkan hal tersebut keterlibatan pengikut akun *instagram* @info_tuban di setiap postingan info tuban di *instgaram* masih kurang.

Dari penjelasan tersebut bisa dilihat bahwa info tuban memiliki sebuah masalah yaitu meskipun akun @info_tuban memiliki banyak pengikut di *instagram* belum dapat dipastikan keterlibatan pengikutnya tinggi. Untuk mendapatkan angka *engagement* yang tinggi, dibutuhkan pengelolaan konten yang tepat agar khalayak bisa menguasai informasi, selektif dalam menerima

informasi dan dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh baik dan bermanfaat. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penelitian ini akan meneliti tentang **Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban sebagai Sarana Informasi Kabupaten Tuban.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, selanjutnya rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban sebagai Sarana Informasi Kabupaten Tuban?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis ajukan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @info_tuban sebagai Sarana Informasi Kabupaten Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1.4.1.1 Hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi yang terkait Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram sebagai Sarana Informasi.

1.4.1.2 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau rujukan untuk melakukan penelitian lanjutan tentang Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram sebagai Sarana Informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan peneliti untuk dapat menambah lebih banyak ilmu pengetahuan mengenai Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram sebagai Sarana Informasi.

1.4.2.2 Penelitian ini mampu memberikan masukan bagi @info_tuban.