

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktik pengelolaan media sosial di Satuan Polisi Pamong Praja Provinsi Jawa Timur (Satpol PP Provinsi Jawa Timur). Fokus kajian meliputi aspek birokrasi, tujuan, strategi, perencanaan, serta pemahaman para pemangku tugas terkait pengelolaan media sosial sebagai bagian dari komunikasi publik instansi.

Satpol PP merupakan perangkat daerah yang dibentuk untuk menegakkan peraturan daerah (perda) dan peraturan kepala daerah (perkada), serta menyelenggarakan ketertiban umum, ketenteraman, dan perlindungan masyarakat (trantibumlinmas). Tugas utama Satpol PP berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 ialah melakukan penertiban, penindakan, penyelidikan, dan tindakan administratif terhadap pelanggaran Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada). Kewenangan ini dibagi sesuai pembagian urusan pemerintahan konkuren antara pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten/kota. Dalam lingkup Provinsi Jawa Timur, tugas ini ditegaskan dalam Peraturan Gubernur Nomor 43 Tahun 2021 yang menyatakan bahwa tugas utama Satpol PP ialah membantu Gubernur dalam melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan provinsi di bidang trantibumlinmas.

Selain melaksanakan tugas-tugas yang telah dijabarkan di atas, Satpol PP Provinsi Jawa Timur juga mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial untuk mempublikasikan hasil kerjanya pada

masyarakat yang lebih luas. Tercatat Satpol PP Provinsi Jawa Timur memiliki akun Instagram, *Facebook*, *TikTok*, *YouTube* serta situs resmi, namun dari kesemuanya hanya Instagram yang terus aktif diperbaharui. Saat ini Satpol PP Provinsi Jawa Timur telah memiliki tim pengelolaan media sosial yang secara struktur terletak di Subbagian Umum dan Kepegawaian dan aktif dalam memproduksi dan mendistribusikan konten-konten terkait Satpol PP Provinsi Jawa Timur di Media Sosial.

Namun, sebagai instansi di ranah provinsi yang tugas utamanya adalah menjadi superintenden dari kota/kabupaten lain di Provinsi Jawa Timur, konten-konten Satpol PP Provinsi Jawa Timur seringkali berkuat pada agenda koordinasi dan pengawasan. Hal ini menjadi menarik, khususnya bagi peneliti, bahwa instansi dengan tugas pokok pengawasan dan tidak secara langsung bersinggungan dengan masyarakat memiliki media sosial yang cukup aktif.

Hal ini menimbulkan pertanyaan bagi peneliti, apakah memang perlu bagi Satpol PP memiliki media sosial jika tugas utamanya hanya berupa koordinasi dan pengawasan dimana kebanyakan tidak langsung turun ke lapangan dan menyentuh masyarakat? Peneliti menjadi tertarik untuk mengeksplorasi praktik pengelolaan media sosial Satpol PP Provinsi Jawa Timur, meliputi bagaimana birokrasinya, tujuan, strategi dan perencanaannya, serta pemahaman pemangku tugas terkait pengelolaan media sosial itu sendiri.

Beberapa studi terbaru masih memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, khususnya mengenai manajemen media sosial Instagram salah satunya

oleh Humas Pemkot Bandung selama masa pandemi COVID-19. Upaya yang dilakukan meliputi penyusunan rencana editorial terkait informasi COVID-19 serta langkah-langkah pencegahannya. Konten yang telah disusun kemudian diunggah ke Instagram dengan memperhatikan unsur kebahasaan, teks, dan tampilan visual.

Pengelolaan media sosial oleh Humas Pemkot Bandung dioptimalkan melalui penetapan agenda yang ditentukan berdasarkan evaluasi dan pemantauan rutin setiap bulan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pengelolaan media sosial yang diterapkan mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan optimalisasi sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan tepat sasaran (Putri Pratiwi & Sufyan Abdurrahman, 2021).

Pemanfaatan media sosial oleh pemerintah merupakan wujud *good governance* yaitu dengan menyediakan informasi berkualitas bagi masyarakat (Mansoor, 2021). Satpol PP Provinsi Jawa Timur telah berusaha melakukan hal serupa, yakni dengan menjadikan media sosialnya sebagai corong informasi tentang kegiatan, program dan kebijakan yang dijalankan terutama di masa-masa genting seperti aturan terkait pembatasan kegiatan di tempat umum selama Pandemi Covid-19, namun masih terdapat perbedaan mendasar pada aspek pengelolaannya. Dimana jika Pemerintah Kota Bandung telah memiliki mekanisme yang solid, justru Satpol PP Provinsi Jawa Timur masih harus melewati birokrasi yang berbelit-belit.

Sebagai catatan, Tim Media Sosial Satpol PP Provinsi Jawa Timur tidak semuanya memiliki latar belakang kehumasan atau bahkan bukan merupakan

staf di bawah Subbagian Umum dan Kepegawaian. Tim kehumasan di Satpol PP Provinsi Jawa Timur dibentuk berdasarkan Keputusan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Provinsi Jawa Timur Nomor 400.14/02/KPTS/106.1/2025 tentang Tim Kehumasan dan Keprotokolan Satuan Polisi Pamong Praja Provinsi Jawa Timur tahun 2025 dengan Kepala Subbagian umum dan Kepegawaian sebagai Ketua Tim. Anggota dari Tim tersebut meliputi pegawai-pegawai dari divisi-divisi lain yang telah ditunjuk dan disahkan dalam Surat Keputusan. Walaupun Tim Kehumasan dan Keprotokolan tersebut diketuai oleh Kepala Subbagian Umum dan Kepegawaian, untuk pengajuan konten tetap harus melewati persetujuan Sekretaris dan Kepala Satuan sebagai *stakeholders* utama sehingga bertolak belakang dengan imaji media sosial yang dinamis.

Dengan demikian, banyak pegawai dalam Tim Media Sosial yang memposisikan pengelolaan media sosial sebagai beban kerja tambahan di luar tugas-tugas wajib mereka. Sehingga, Tim Media Sosial Satpol PP Provinsi Jawa Timur yang berada di bawah Subbagian Umum dan Kepegawaian selain harus menyiapkan konten rutin yang harus diunggah secara berkala, juga harus menghadapi birokrasi perizinan atas pengunggahan konten tersebut, di luar pekerjaan-pekerjaan yang menjadi kewajiban di bidang mereka masing-masing. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan, apakah ini merupakan tindakan *FOMO*? (*Fear of Missing Out*—takut ketinggalan akan momen semata atau latah akan suatu hal saja). Ataupun merupakan respon adaptif terhadap perubahan dalam mengakses suatu informasi bagi masyarakat pada suatu media.

Satpol PP Provinsi Jawa Timur selain menjalin relasi pada media massa konvensional (*paid media*) pada umumnya, tapi juga beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi terkini dengan mengoptimalkan media-media yang dimiliki yaitu media sosial seperti Instagram (atau yang biasa disebut dengan *owned media*). Penggunaan media sosial tidak hanya dilakukan oleh perusahaan swasta saja, instansi-instansi pemerintahan juga melakukan hal yang sama disebabkan tren penggunaan medos di Indonesia terus meningkat. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga media untuk membangun citra positif dan transparansi publik.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat pada tahun 2024, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa, dengan proporsi pengguna aktif yang terus meningkat setiap tahunnya (APJII, 2024). Pengguna internet di Indonesia tercatat di angka 212 juta orang di awal tahun 2025, angka ini naik cukup signifikan dibandingkan pada tahun 2024 yaitu 185 juta orang (*We Are Social*, 2025). Angka pengguna internet ini mengalami kenaikan sebesar 8,7% yang mana hal ini tentu saja berefek kepada penggunaan serta pemanfaatan media berbasis internet menjadi pilihan instansi pemerintahan untuk melakukan penyebaran informasi mengingat kewajiban instansi pemerintahan untuk menyebarkan informasi ke seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

Media dapat menata realitas, karena media dapat mengarahkan perhatian terhadap berbagai isu secara selektif dan pembentukan opini publik yang lebih besar (Ido et al., 2020). Pengelolaan media dengan baik pada akhirnya menjadi kunci keberhasilan organisasi dalam menyampaikan

informasi, termasuk organisasi pemerintah. Media sosial juga digunakan pemerintah sebagai alternatif pemberian pelayanan dan pembuatan kebijakan publik, pengumpulan berbagai masukan dari masyarakat, dan untuk lebih mendekatkan diri kepada masyarakat (Nabila Ulayya et al., 2022).

Pengelolaan Media Sosial Instansi Pemerintah sebenarnya telah didukung oleh pemerintah pusat dengan membuat Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PAN-RB) Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Menurut PermenPAN-RB Nomor 83 Tahun 2012, instansi pemerintah mencakup berbagai lembaga negara, termasuk pemerintah provinsi dan perangkat daerah di bawahnya, khususnya kedinasan.

Dalam kerangka tersebut, humas instansi pemerintah dipahami sebagai unit atau praktisi yang menjalankan fungsi manajemen komunikasi dan informasi secara persuasif, efektif, dan efisien untuk membangun hubungan harmonis dengan publik serta memperkuat citra positif lembaga. Dalam pengelolaan media sosial, humas kedinasan di tingkat provinsi memiliki tanggung jawab untuk merencanakan strategi komunikasi, mengelola akun resmi instansi, menyebarkan informasi dan kebijakan publik, menampung serta menanggapi aspirasi masyarakat, melakukan pemantauan percakapan publik, dan melaksanakan evaluasi guna mendukung perbaikan kebijakan serta peningkatan reputasi pemerintah daerah. Dalam Bab III PermenPAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tersebut pun jelas disebutkan bahwa pengelolaan media sosial pemerintah di Indonesia seharusnya sekurang-kurangnya

menggunakan metode *People-Objectives-Strategy-Technique* (POST) dan melakukan kegiatan pemantauan dan evaluasi.

Selain itu, keberadaan fungsi humas dalam organisasi pemerintahan sebenarnya memiliki fungsi penghubung dan penyampai pesan atau informasi antara pemerintah yang dalam hal ini khususnya pemerintahan kepada publik, yang mana merupakan tugas, serta merupakan bentuk realisasi dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP). Sehingga pemerintahan memiliki peran untuk menyediakan media komunikasi yang cepat dalam menanggapi masukan maupun kritik yang membangun sebagai media informasi publik yang juga termasuk sarana komunikasi dan informasi yang transparan kepada masyarakat.

Terdapat perbedaan mendasar antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan instansi non pemerintah atau swasta, yakni tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah turut melakukan kegiatan yang sama dalam hal publikasi, promosi dan periklanan (Cahyani, 2020). Humas pemerintah pun masih harus tunduk kepada prinsip dan etika Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang tidak boleh dilanggar, dengan demikian, meneliti satuan kerja (satker) yang tidak memiliki hubungan langsung dengan masyarakat namun memiliki saluran media sosial yang lengkap tetapi tidak memiliki tim humas yang pasti dan resmi, menjadi hal menarik. Terutama dengan adanya aturan mengenai humas pemerintah yang menjadi tantangan dalam penerapannya, sebab anggota tim humas tidak seluruhnya berlatar belakang kehumasan dan sejenisnya.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu tentang praktik kehumasan pemerintah dalam pengelolaan media sosial. Satpol PP Provinsi Jawa Timur terkesan masih kurang diperhatikan, pengelola masih awam, belum memiliki rutinitas penugasan yang terjadwal, terlebih adanya struktur birokrasi yang rumit. Informasi yang di produksi oleh tim media sosial, harus melalui tahapan supervisi bertingkat sebelum layak unggah sebagai konten media sosial. Media sosial yang selayaknya menjadi sarana praktik kehumasan non-formal, belum dapat berkembang dengan baik.

Untuk itulah penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian media sosial pemerintah yang seringkali harus berhadapan dengan birokrasi tingkat provinsi. Penelitian ini diharapkan menjadi rekomendasi solusi pada permasalahan serupa yang dihadapi birokrasi di tingkat pemerintahan Provinsi. Seluk beluk kehumasan non-formal, wawasan para pemangku tugas dalam mengelola media sosial, tata laksana manajemen konten, hingga tarik menarik kepentingan pemangku kebijakan, menjadi informasi yang dalam sebagai kontribusi utama penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan secara komprehensif dan kronologis, maka penelitian ini mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana mekanisme pengelolaan media sosial Satpol PP Provinsi Jawa Timur dalam konteks birokrasi pemerintahan?

- 1.2.2. Bagaimana pemahaman dan persepsi pemangku tugas terhadap peran media sosial sebagai alat komunikasi publik?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik pengelolaan media sosial dilakukan di Satpol PP Provinsi Jawa Timur, meliputi bagaimana birokrasinya, tujuan, strategi dan perencanaannya, serta pemahaman pemangku tugas terkait pengelolaan media sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini untuk memberikan sumbangsih pada keilmuan mengenai pengelolaan media sosial, khususnya media sosial yang dikelola oleh organisasi pemerintahan daerah yang tidak berfungsi khusus sebagai humas pemerintah daerah.