

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

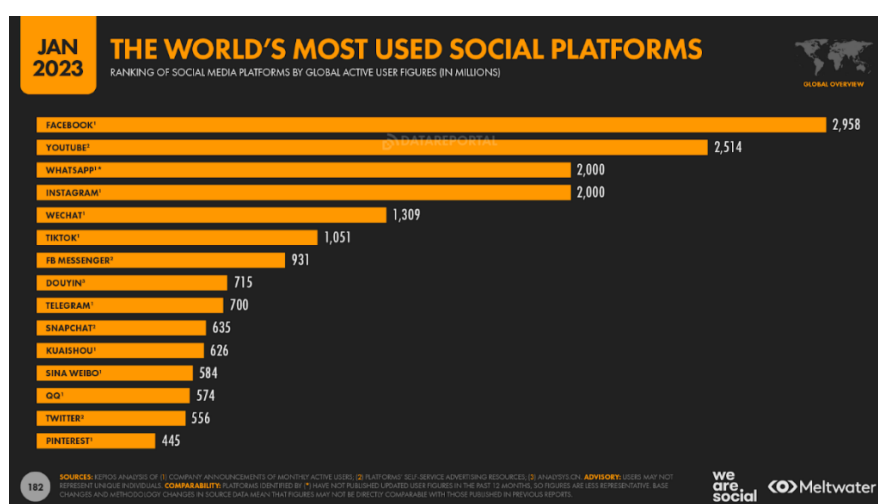
Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2011, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga independen yang bebas dari campur tangan pihak lain yang memiliki fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan. Otoritas Jasa Keuangan memiliki beberapa strategi untuk mencapai visi dan misi mereka. Salah satunya adalah menerapkan program edukasi dan sosialisasi yang besar dan menyeluruh serta membangun sistem perlindungan konsumen keuangan yang terintegrasi. Salah satu cara untuk meningkatkan perlindungan konsumen yang sudah ada adalah dengan menyebarkan informasi kepada OJK melalui media sosial Instagram.

Otoritas Jawa Keuangan (OJK) Kantor Regionanl 2 Jawa Barat mempunyai media sosial Instagram yang di buat pada tahun 2018. Instagram ini dibuat untuk menginformasikan tentang budaya kerja seperti OJK Cerdas, Ringkas dan tangkas, dan info kegiatan internal OJK, tetapi Instagram di tiap Kantor Regional dan daerah sempat di tutup karena adanya ketentuan dari Otoritas Jasa Keuangan Pusat untuk menjadikan informasi menjadi satu pintu yang diberlakukan oleh Humas Pusat. Pada tahun 2022 pertengahan bulan setelah adanya Anggota Dewan Komisioner (ADK) baru memberlakukan pembukaan dan penggunaan Instagram di Daerah.

Menurut Laporan We Are Social, penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 167 juta orang, atau 60,4% dari populasi. Namun, pada Januari 2023, jumlah pengguna aktif media sosial turun 12,57% dari 191 juta orang pada tahun

sebelumnya. Selain itu, penurunan ini merupakan yang pertama dalam sepuluh tahun terakhir. Namun demikian, situasi ini disebabkan oleh penyesuaian signifikan yang dilakukan oleh sumber data yang digunakan We Are Social pada Januari 2023. Penyesuaian ini menyebabkan angka terbaru tidak sebanding dengan angka tahun sebelumnya. (Dapatkan dari wearesocial.com)

Di Indonesia, orang bermain media sosial selama 3 jam 18 menit setiap hari. Durasi tersebut menempati peringkat kesepuluh di seluruh dunia. Selain itu, pada Januari 2023, ada 212,9 juta pengguna internet di Indonesia. Berbeda dengan media sosial, jumlah pengguna internet meningkat 3,85% pada awal tahun. (sumber:dataindonesia.id)



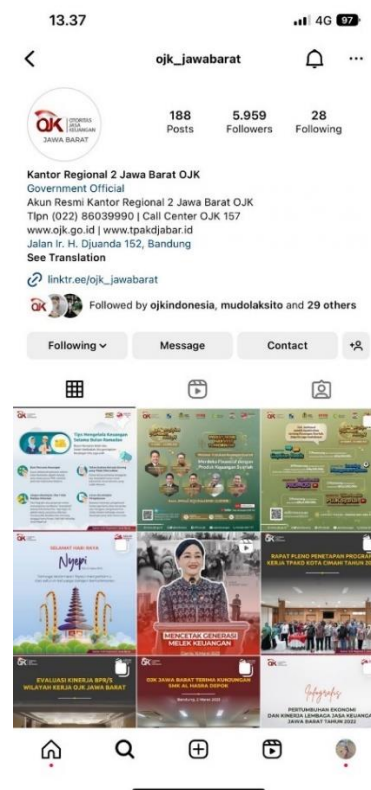
Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Dunia

Sumber: We Are Social the changing world of digital in 2023

Berdasarkan gambar diatas, di tingkat dunia, intelijen data.ai mengungkapkan bahwa YouTube memiliki jumlah pengguna aktif terbesar dari semua aplikasi seluler, bukan hanya aplikasi media sosial. Facebook menempati peringkat kedua dalam hal aplikasi sosial dalam peringkat keseluruhan ini, tetapi penting untuk ditekankan bahwa data data.ai menunjukkan bahwa pengguna aktif Facebook terus bertambah selama dua

belas bulan terakhir. WhatsApp adalah aplikasi “sosial” ketiga dalam peringkat ini, dengan angka MAU terbaru menempatkannya tepat di belakang Facebook. *Meta stablemates Instagram* dan *Messenger* mengklaim tempat "sosial" yang tersisa di 10 aplikasi teratas oleh MAU, dan patut disoroti bahwa akun Google dan Meta untuk semua 10 aplikasi teratas ini.

Berdasarkan keterangan diatas, peneliti ingin mencari tahu bagaimana optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram @ojk_jawabarat dengan data sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Instagram @ojk_jawabarat

Sumber: Data Olahan Peneliti

Otoritas Jasa Keuangan selanjutnya disebut OJK mempunyai *platform* media sosial salah satunya Instagram dengan nama @ojk_jawabarat dengan jumlah pengikut

(followers) 5.959 pengikut total postingan 188, dan mengikuti sebanyak 28. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang pengelolaan pada Instagram @ojk_jawabarat karena selama ini peneliti meninjau bahwa *like* dan komen yang di dapat dari hasil posting Instagram belum signifikan, dapat dilihat dari postingan yang di pin sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Postingan yang di pin dari Instagram @ojk_jawabarat

Sumber: Data Olahan Peneliti

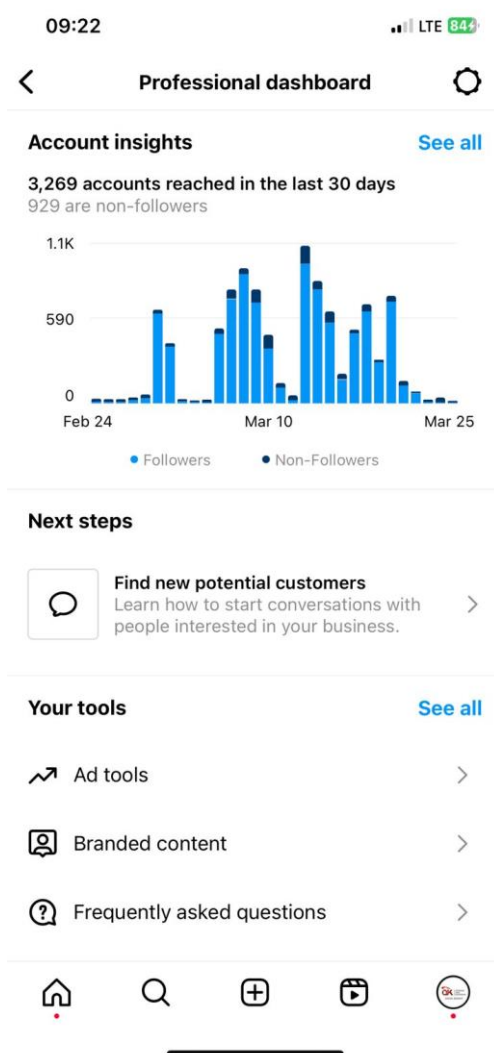


Gambar 1. 4 Komentar Dari Akun Postingan Akun Instagram

@Ojk_Jawabarat

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan gambar-gambar diatas, setiap postingan tidak terjadwal sehingga setiap postingan terbaru, menurut peneliti belum begitu banyak menarik bagi pengikut. Postingan tersebut memiliki 35 orang penyuka (*like*) dan hanya 2 komentar dibandingkan dengan pengikut akun Instagram tersebut, *like* dan komen (*engagement*) masih sangat kurang. Selain itu peneliti meminta data *insight* dari salah satu pegawai ojk yang dimana beliau adalah merupakan admin dari Instagram @ojk_jawabarat, sebagai berikut:



Gambar 1.5 Insight akun Instagram @ojk_jawabarat

Sumber: Bagian Informasi dan Dokumentasi OJK KR 2 Jawa Barat

Berdasarkan *insight* yang peneliti dapat, peneliti dapat melihat adanya penurunan pada pencapaian akun (*account reached*) dari bulan Februari sampai dengan bulan Maret. Pencapaian akun itu mencapai 3.269 akun dan 929 akun merupakan bukan pengikut. Dilihat dari gambar 1.1, bahwa pengikut pada akun Instagram @ojk_jawabarat adalah 5.659, maka pencapaian akun tidak sebanding dengan jumlah pengikut pada Instagram tersebut. Jika dikaitkan dengan bahwa OJK mempunyai tugas melakukan pengaturan dan pengawasan terhadap jasa keuangan, seharusnya

masyarakat dapat tertarik dan lebih waspada terkait dengan keuangan yang sampai saat ini literasi keuangan masyarakat di Indonesia masih sangat rendah. Jika dibandingkan dengan akun Instagram Otoritas Jasa Keuangan Kantor Regional lain berdasarkan postingan terakhir dari masing-masing akun dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. 1 Perbandingan *Posting* terakhir masing-masing Kantor Regional

No	Nama Kantor Regional dan Akun	Jumlah Followers	Jumlah Post	Jumlah Like	Jumlah Komen
1	Kantor Regional 1 @ojk_jakarta_banten	1.106	121	8	2
2	Kantor Regional 2 @ojk_jawabarat	5.659	188	35	2
2	Kantor Regional 3 @ojk_jatengdiy	3.458	428	14	8
3	Kantor Regional 4 @ojk_jatim	5.183	374	48	19
4	Kantor Regional 5 @ojk_sumut	1.611	111	37	2
5	Kantor Regional 6 @ojk_sulampua	1.279	211	7	3
6	Kantor Regional 7 @ojk_sumbagsel	4.170	462	25	5
7	Kantor Regional 8 @ojk_bali	6.466	469	101	29
8	Kantor Regional 9 @ojk_kalimantan	3.815	351	26	4

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa *like* dan komentar masing-masing kantor regional mempunyai *like* dan komentar yang beragam, jika dibandingkan dengan akun yang memiliki jumlah *followers* yang hampir sama, yaitu @ojk_jatim

dan @ojk_bali, konten yang di posting dapat membuat *followers* instagramnya *engage* atau terlibat dengan konten yang di posting, maka @ojk_jawabarat dapat melakukan pengelolaan media sosial dengan baik untuk meningkatkan *engagement*.

Peneliti memilih akun Instagram @ojk_jawabarat karena otoritas jasa keuangan telah memiliki akun tersebut sejak awal. Namun, karena adanya peraturan dari OJK Pusat yang menonaktifkan akun Instagram sementara berfokus di Instagram Pusat saja, dan karena keterbatasan tenaga kerja yang dimiliki, akun Instagram tersebut tidak terlalu aktif sehingga tidak banyak mendapatkan perhatian dari pengguna. Namun, setelah adanya nota dinas yang memberlakukan penggunaan akun Instagram oleh karyawan Otoritas Jasa Keuangan.

Berdasarkan *insight* dan perbandingan pada akun Instagram @ojk_jawabarat yang peneliti dapat dan berdasarkan observasi sementara, dilihat dari *engagement* Masyarakat yang masih kurang perlu adanya pengelolaan media sosial dalam fenomena tersebut, ketertarikan audiens terwujud apabila pengelolaan media sosial tersebut terencana dengan baik. Maka, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana “Analisis Implementasi Konsep *The Circular Model of Some* dalam Pengelolaan Media Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat untuk Meningkatkan *Engagement* Masyarakat.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Implementasi Konsep *The Circular Model of Some* dalam Pengelolaan Media Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat untuk Meningkatkan *Engagement* Masyarakat”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Konsep *Share* (Menyebarkan), *Optimize* (Optimalisasi), *Manage* (Mengatur), *Engage* (Melibatkan), dalam Analisis Implementasi Pengelolaan Media Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat untuk Meningkatkan *Engagement* Masyarakat?
2. Bagaimana Cara Meningkatkan *Engagement* Masyarakat Pada Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat?
3. Apa Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu permasalahan memiliki tujuan, adapun tujuan penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yaitu:

1. Mendeskripsikan bagaimana Konsep *Share* (Menyebarkan), *Optimize* (Optimalisasi), *Manage* (Mengatur), *Engage* (Melibatkan), dalam Analisis Implementasi Pengelolaan Media Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat untuk Meningkatkan *Engagement* Masyarakat.
2. Mendeskripsikan Bagaimana Cara Meningkatkan *Engagement* Masyarakat Pada Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat.
3. Mengetahui Apa Kendala yang dihadapi dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Otoritas Jasa Keuangan Jawa Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengelolaan media sosial secara umum dan secara khusus mengenai Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan *engagement* masyarakat di OJK KR 2 Jawa Barat.
- Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang berguna bagi mahasiswa, terutama di fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik secara umum, dan khususnya bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi.
- Sebagai upaya untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam menganalisis fenomena tersebut dan mencari jawaban atas permasalahan yang akan diteliti.
- Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan kehumasan dalam pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi dan edukasi pada masyarakat.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam penerapan pengelolaan media sosial Instagram di OJK Kantor Regional 2 Jawa barat dalam kegiatan meningkatkan *engagement* masyarakat jawa barat.

- Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperlajari lebih mendalam mengenai optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram sebagaimana teori yang telah dipelajari dapat mendukung penerapan teori tersebut kedalam kehidupan sehari-hari.

- Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan, serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan penelitian lain dalam ilmu komunikasi khususnya mengenai pengelolaan media sosial.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang peneliti gunakan adalah penelitian dengan metode kualitatif adalah sebagai berikut:

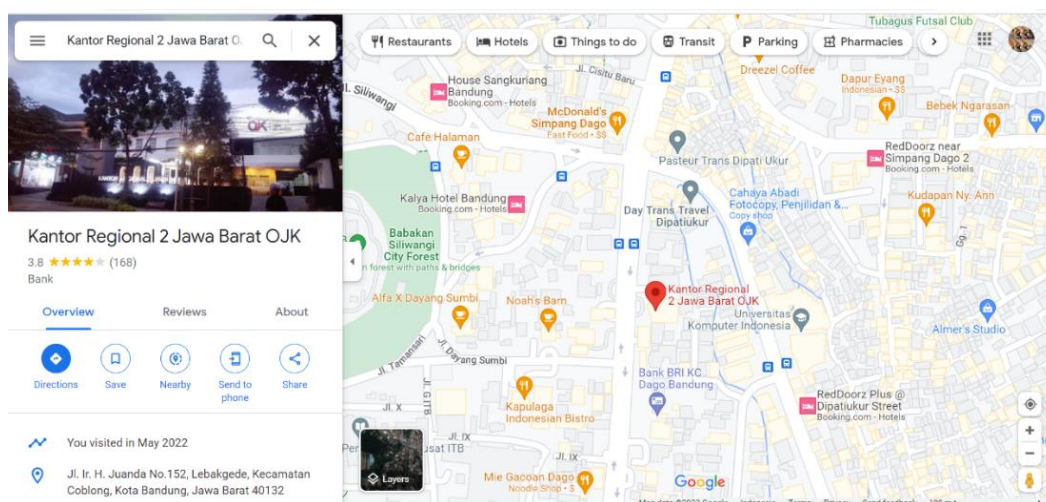
- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari ringkasan hasil tinjauan Pustaka, rangkuman teori-teori yang relevan, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini adalah Otoritas Jasa Keuangan Kantor Regional 2 Jawa Barat yang berada di Jalan Ir H Djuanda No. 152, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40321. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti bekerja sebagai Resepsionis *Outsourcing* di OJK. Berikut peta lokasi lokasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. 6 Peta Lokasi OJK Kantor Regional 2 Jawa Barat

Sumber: Google Maps

1.7.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu empat bulan, dan di mulai dari bulan April 2023 sampai dengan bulan Juli 2023. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	April 2023	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023
1	Observasi	■			
2	Penyusunan Usulan Penelitian dan Bimbingan	■	■		
3	Pengumpulan Data		■		
4	Wawancara				■
5	Penyusunan Laporan		■	■	■