

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

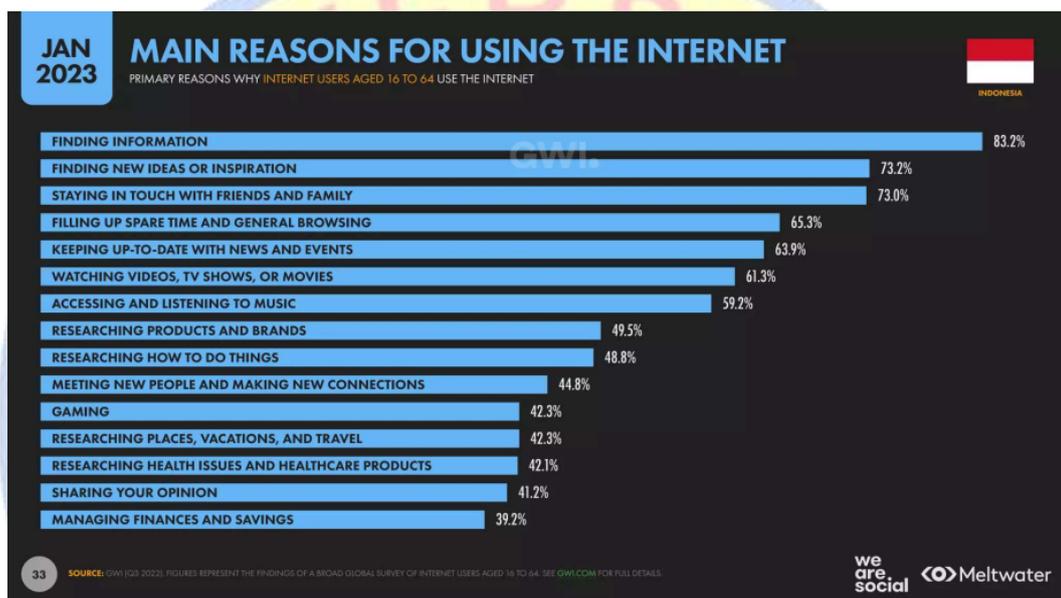
Dunia saat ini mengalami perkembangan yang pesat pada era komunikasi dan digital. Pada umumnya komunikasi yang dilakukan sebelum teknologi menjadi lebih canggih hingga seperti ini komunikasi hanya dapat dilakukan secara verbal seperti : komunikasi jarak jauh hanya bisa dilakukan melalui sambungan telepon berupa via suara, berita atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat hanya melalui media koran, radio atau televisi. Sedangkan untuk saat ini kegiatan komunikasi dan berbagi informasi dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dan oleh siapapun melalui media berbasis digital.

Revolusi komunikasi merupakan perkembangan, peledakan (*eksplosi*) teknologi komunikasi. Hal ini bisa kita lihat dengan meningkatnya penggunaan satelit, mikroprosesor, komputer dan pelayanan radio tingkat tinggi. Revolusi komunikasi sendiri adalah salah satu dari beberapa revolusi yang juga terjadi di berbagai bidang. Misalnya, revolusi politik, pendidikan, pertanian, industri. Revolusi ini sendiri muncul dengan didorong kemajuan teknologi yang menawarkan berbagai *Resources* informasi dan komunikasi yang luas. Oleh karena itu, kita tidak akan tahu dengan pasti bagaimana bentuk akhir dari gerak perubahan itu (Dissayanake). Namun, yang pasti bentuk itu nantinya akan berbeda dari apa yang ada selama ini. Dengan mengalami kemajuan teknologi saat ini manusia memiliki kemudahan untuk berkomunikasi dan saling berbagi informasi yang dapat dilakukan melalui Platform media sosial salah satunya media sosial Instagram.

Di era digital saat ini manusia dapat mengakses atau mencari informasi yang diinginkan di berbagai *Platform* media berbasis digital, salah satunya media sosial Instagram. Dalam media sosial Instagram tersaji banyak foto dan video dari berbagai penjuru dunia dengan

beragam tema yang disajikan. Namun seiring berjalannya waktu ini media sosial Instagram digunakan untuk berbagi berbagai informasi seperti pendidikan, politik hingga berita terbaru.

Berdasarkan riset data yang dilakukan oleh *We are social* pengguna internet di Indonesia memiliki beberapa alasan utama dalam penggunaan internetnya berikut adalah alasan-alasan utama pengguna internet di Indonesia :



Gambar 1.1 Alasan Utama Orang di Indonesia Menggunakan Internet (Tahun 2023)

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Dari hasil riset yang dilakukan *we are social* dapat dipresentasikan sebagai berikut : sebanyak 82,2% menggunakan internet untuk menemukan informasi 73,2% menggunakan internet untuk menemukan ide-ide baru dan inspirasi 73,0% menggunakan internet untuk berhubungan dengan teman dan keluarga 65,3% menggunakan internet untuk waktu luang 63,9% menggunakan internet untuk mengikuti berita dan kejadian terkini 61,3% menggunakan internet untuk menonton video, tv, film dan sebagainya.

Dengan tergerusnya teknologi berbasis digital dan media konvensional seperti : radio, televisi dan koran dengan adanya *new media* ini masyarakat lebih tertarik

mendapatkan sajian hiburan dan informasi dengan menggunakan internet melalui *platform* media digital diantaranya instagram, karena dalam *Platform* tersebut sudah mencakup banyak aspek yang ada dalam *platform* berbasis digital.

Instagram merupakan salah satu dari banyaknya *Platform* jejaring sosial media yang diminati oleh masyarakat. Instagram adalah jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan amerika yang dirilis kepada publik pada tahun 6 Oktober 2010. Pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain atau konten yang diinginkan sesuai lokasi dan tag yang diinginkan dengan memasukkan *keyword* yang ingin di telusuri. Dalam beragam fitur yang ada didalam instagram tentunya ada fitur pemesanan yang berguna untuk berkomunikasi atau membagikan informasi secara *private* adapun dalam instagram ada fitur *story* yang dibagikan dalam linimasa pengguna yang dapat dilihat oleh pengguna lain atau pengikut di akun pengguna.

Dengan hadirnya *Platform* instagram memudahkan masyarakat untuk melakukan komunikasi antar individu lainnya atau individu kepada kelompok (masyarakat) karena selain pada fungsi utamanya instagram sebagai jejaring sosial berbagi foto dan video, instagram juga dapat menjadi *platform* penyedia informasi seperti pendidikan, berita terbaru sampai kesehatan dengan berbentuk foto/video dengan menyertakan keterangan dalam foto/video tersebut.

Menilik *report* yang dirilis *we are social* dan *hootsuite* pengguna instagram di dunia mencapai 1,32 Milliar per januari 2023 dan indonesia menempati posisi keempat di dunia sebagai pengguna instagram di dunia dengan presentase 89,15 juta pengguna. Dengan jumlah tersebut maka tak heran masyarakat saat ini memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut melalui *platform* instagram ini untuk berbagai kebutuhan khususnya untuk menemukan informasi.

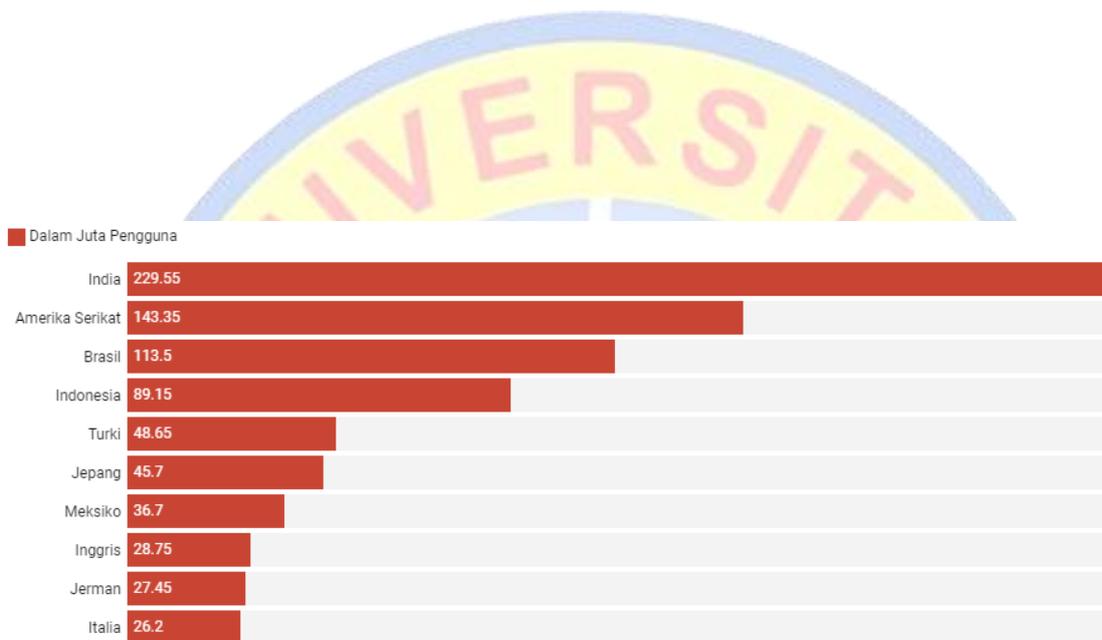


Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: [We Are Sicoial Report](#) • [Download image](#) • Created with [Datawrapper](#)

sebagai media promosi atau edukasi serta saling berinteraksi.

Komunikasi massa (*Mass Communication*) adalah proses penyampaian melalui media massa (*communicating with media*). Istilah “komunikasi massa” merupakan singkatan dari “Komunikasi media massa) (*mass media communication*). jika kita rinci pengertian komunikasi media massa secara bahasa adalah sebagai berikut :

- Komunikasi = Penyampaian pesan
- Media = saluran,sarana
- Massa = orang banyak, masyarakat (publik)

Dengan demikian komunikasi massa tidak bisa dilepaskan dari media. Bahkan, media menjadi inti komunikasi yang efisien dan efektif. Itulah sebabnya menurut litlejohn(1992)

tidak ada seorangpun yang dapat memisahkan media komunikasi dari proses komunikasi massa, karena hanya media komunikasi yang mampu menghubungkan sumber dengan khalayak, baik itu sebagai individu maupun kelompok dalam masyarakat.

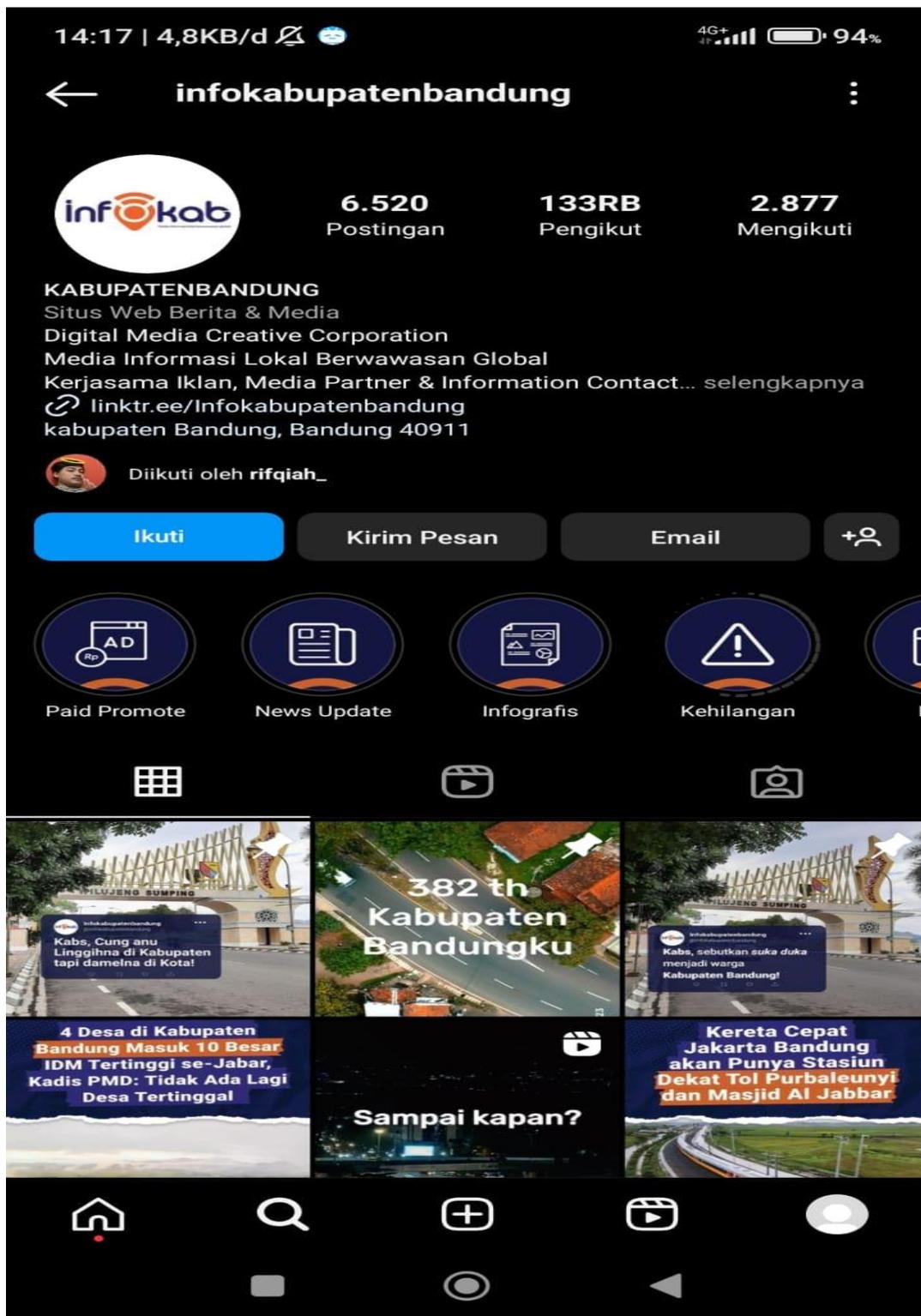
Media massa sebagai alat komunikasi yang semua orang sudah memakainya sekarang, zaman modern ini ada media cetak yang mencakup : surat kabar atau koran, majalah atau tabloid, dan ada media elektronik. Dan juga ada multimedia atau biasa disebut media dot com (internet). Jadi sudah mencakup 3 hal besar media massa, yaitu : media cetak, media elektronik dan multimedia. Media massa pada saat ini makin terus mengalami perkembangan dan berproses dalam menyajikan informasi atau berita.

Menurut Denis Mcquail (2000) media massa memiliki sifat dan karakteristik yang mampu menjangkau masa depan dalam jumlah besar dan luas (*universal of reach*) yang bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.

Media massa bisa membuat kesamaan dalam masyarakat, hal itu benar adanya karena setiap sebab dan akibat pemberitaan yang ada membuat seseorang berpikir dan menelaah informasi dan berita yang ada. Dan mengalami perubahan berpikir yang bisa jadi lebih kritis lebih maju, atau membenarkan apa yang ada dengan berbagai pendapat yang seorang hasilkan. Tidak hanya pola pikir namun tindakan dalam keseharian pun bisa berubah karena media massa, mencontoh hal-hal yang dilakukan orang lain bisa berdampak persuasive pada orang lain. Tetapi tak semua hal akan merubah pola pikir masing masing mempunyai pendapatnya mengenai informasi atau berita yang beredar. Jika melihat berita yang tidak benar adanya akan membuat pikiran juga semakin sempit karena tidak mengambil langkah untuk mencari tahu kebenarannya.

Pada era globalisasi sat ini, penguasaan tekonlogi menjadi *prestise* dan indikator kemajuan suatu negara. Negara dikatakan maju jika memiliki tingkat penguasaan teknologi tinggi (*High Technology*), sedangkan negara-negara yang tidak bisa beradaptasi dengan kemajuan tekonlogi sering disebut sebagai negara gagal (*failed country*). Terobosan di bidang mikro-elektronika, bio teknologi, telekomunikasi, komputer internet dan robotik telah mengubah secara mendasar cara-cara kita mengembangkan dan mentransformasikan teknologi kedalam sektor produksi yang menghasilkan barang dan jasa dengan teknologi tinggi (Buhal, 2000, p.i).





Gambar 1.3 : Profil instagram infokabupatenbandung

Sumber : Infokabupatenbandung

Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi pada saat ini, akun media harus bisa menjalankan fungsi dari kemajuan teknologi sebagai penyedia informasi, berita untuk masyarakat khususnya Masyarakat dengan menyajikan berbagai informasi atau berita salah satunya dengan menggunakan *platform* media sosial instagram dikemas dengan visual menarik dan bahasa yang mudah di pahami oleh masyarakat.

Selanjutnya, objek yang dipilih oleh peneliti yaitu akun media sosial Instagram @Infokabupatenbandung dikarenakan untuk penyampaian informasi pada saat ini Instagram merupakan media sosial yang banyak diminati oleh masyakat dalam mencari berbagai macam informasi.



Gambar 1.4 : perbandingan media sosial Instagram dan Facebook

Sumber : Arsip @Infokabupatenbandung

Suatu media di harapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan budaya literasi di indonesia, sebab masyarakat selalu menginginkan sesuatu yang baru melalui konsep penyajian informasi dan berita. Dengan adanya hal baru dan menarik dalam penyajian informasi dan berita diharapkan masyarakat dapat memulai kebiasaan dalam membaca dengan kemudahan akses yang di peroleh dan dengan mudah untuk mendapatkan, memahami informasi yang disampaikan salah satunya melalui *platform* instagram yang dapat diperoleh dimana saja dan kapan saja.

Dengan dilakukannya penelitian di akun media sosial @Infokabupatenbandung karena akun media sosial tersebut merupakan penyampai berbagai macam informasi yang mengedukasi untuk Masyarakat khususnya di Kabupaten Bandung, mencakup bagaimana strategi yang dilakukan oleh @infokabupatenbandung dalam penyebaran informasi, proses pengumpulan sumber berita hingga dapat dijadikan informasi tentang Kabupaten Bandung, hingga kendala yang terjadi selama proses pengumpulan sumber tentang Kabupaten Bandung.

Oleh karena itu media sosial sebagai penyampai informasi dan berita, perlu membangun kembali kepercayaan *audiens* dengan mengatur media nya sendiri. Maka keinginan untuk memberikan informasi dan edukasi harus diutamakan dalam penyampaian informasi atau berita. Mengingat tingkat literasi di indonesia yang cukup rendah, besar kemungkinan untuk tidak menyaring kembali informasi yang di dapatkan. Apabila terdapat penyimpangan dalam suatu informasi atau berita dapat menimbulkan kerugian dan keaduhan di masyarkat.

Berdasarkan penjelasan yang telah di uraikan maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Strategi Penyebaran Informasi Tentang Kabupaten Bandung Melalui Media Sosial Instagram”**

1.2 Rumusan Masalah

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media sosial yang dilakukan oleh infokabupatenbandung dalam melakukan kegiatan penyebaran informasi di Kabupaten Bandung. Mencakup bagaimana strategi yang dilakukan dalam penyebaran informasi, proses pengumpulan dan kendala yang dialami dalam proses pengumpulan sumber hingga dapat dijadikan informasi untuk Masyarakat Kabupaten Bandung

1.3 Identifikasi Masalah

1. Apa Strategi yang dilakukan oleh Infokabupatenbandung dalam penyebaran informasi tentang Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana proses pengumpulan sumber oleh Infokabupatenbandung hingga dapat dijadikan informasi tentang Kabupaten Bandung?
3. Apa kendala yang terjadi oleh Infokabupatenbandung selama kegiatan pengumpulan sumber hingga dapat dijadikan informasi tentang Kabupaten Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Infokabupatenbandung dalam penyebaran informasi tentang Kabupaten Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana proses pengumpulan sumber oleh Infokabupatenbandung hingga dapat dijadikan informasi tentang Kabupaten Bandung
3. Untuk mengetahui kendala yang terjadi oleh Infokabupatenbandung selama melakukan pengumpulan informasi tentang kabupaten Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, dan mengaplikasikan ke permasalahan yang ada disekitar. Selain itu penulis dapat lebih mengetahui lebih jelas bentuk informasi dan berita yang baik dan benar untuk masyarakat. Manfaat yang diharapkan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah dapat dijadikan sebagai pedoman bagi pembaca umumnya tentang jenis informasi dan berita yang ada dalam media khususnya instagram.

1.6 Sistematika penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan: Latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian.
2. Bab II Tinjauan Pustaka: Rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran
3. Bab III Metode Penelitian: Pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis, dan keabsahan data.
4. Bab IV Hasil penelitian dan Pembahasan: menjelaskan mengenai objek penelitian. Hasil pembahasan dan pembahasan penelitian
5. Bab V Penutup: Hasil dari kesimpulan dan rekomendasi

1.7 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu akun media sosial Instagram yaitu @Infokabupatenbandung yang bertempat di Soreang Kab.Bandung Jawa Barat. Adapun waktu penelitian dapat dilihat pada tabel jadwal penelitian berikut ini:

No	Aktivitas	Sub Aktivitas	Waktu
1	Tahap persiapan penelitian	Konsultasi Judul Penelitian	Mei 2023
		ACC Judul Penelitian	Mei 2023
		Mengumpulkan Data Penelitian	Mei 2023
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Penyusunan BAB I	Juni 2023
		Penyusunan BAB II	Juni 2023
		Revisi BAB I dan BAB II	Juli 2023
		ACC BAB I dan BAB II	Juli 2023
		Penyusunan BAB III	Juli 2023
		Revisi BAB III	Juli 2023
3	Sidang Usulan Penelitian	Sidang Usulan penelitian	Agustus 2023
4	Penyusunan Skripsi	Observasi & wawancara	Juli 2023
		Pengumpulan data Penelitian	Agustus 2023
		Penyusunan Bab IV	Agustus 2023
		Penyusunan Bab V	September 2023
		Revisi Bab IV & Bab V	Desember 2023

		Konfirmasi Bab IV & Bab V	Januari 2024
5	Sidang Skripsi		Februari 2024

