

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digitalisasi, tuntutan terhadap pelayanan publik yang cepat, transparan, dan responsif semakin meningkat. Masyarakat tidak hanya menginginkan pelayanan yang efisien, tetapi juga akses informasi yang mudah serta partisipasi yang lebih luas dalam tatanan pemerintahan. Hubungan masyarakat (*branding*), dan loyalitas program kerja yang memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja pada masyarakat Jawa Barat, pertumbuhan ekonomi, kebutuhan dalam berbagai informasi, dan struktur sosial ekonomi masyarakat. Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat merilis Sapawarga sebagai Aplikasi Jabar Super Apps untuk publik. Pemerintah Provinsi Jawa Barat menjawab tantangan ini melalui berbagai inovasi berbasis teknologi, salah satunya adalah peluncuran aplikasi.

Diskominfo memiliki peran dalam menyediakan informasi yang akurat dan terkini kepada masyarakat. Namun, dalam era digital ini, masyarakat memiliki akses yang luas ke berbagai sumber informasi, sehingga Diskominfo perlu memiliki strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Konten yang berkualitas dan relevan dapat menjadi kunci untuk meningkatkan informasi kepada masyarakat. Strategi komunikasi humas Diskominfo yang efektif dapat membantu meningkatkan citra positif Diskominfo di masyarakat, meningkatkan kesadaran tentang program kerja. Strategi ini tidak hanya membentuk persepsi, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi publik. Namun, pemanfaatan *branding content* dalam sektor pelayanan publik belum optimal. Banyak instansi masih berfokus pada komunikasi satu arah dan belum menggali potensi narasi yang kuat dalam membangun kedekatan emosional dengan publik. Salah satu konten yang disajikan di tahun ini yaitu transformasi Sapawarga jadi Super Apps dalam rangka menyediakan informasi dan layanan publik yang lebih efektif, efisien, serta mudah diakses warga. *Branding* mencakup lebih dari sekadar nama perusahaan, aplikasi, atau layanan. Tujuan dari *branding* adalah untuk menciptakan asosiasi yang positif dan mudah diingat antara seseorang dengan Sapawarga, Diskominfo, jasanya di benak pelanggan Jabar, juga membentuk citra positif terhadap aplikasi layanan publik digital milik pemerintah.

Fenomena semakin berkembangnya penggunaan media sosial membuat pemerintah memiliki kesempatan untuk memanfaatkan media sosial sebagai strategi untuk mengkomunikasikan kebijakan, rencana kerja dan capaian kinerja kepada seluruh

masyarakat. Melihat perkembangan teknologi yang begitu pesat dan media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi pemerintah yang diterapkan di Indonesia bahkan Universal mencakup jaringan cukup luas di semua kalangan era digitalisasi. Pemanfaatan media sosial untuk sarana sosialisasi sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik yang tepat untuk masyarakat yang menggunakan instagram. Karena pemanfaatan media sosial terhadap pelayanan publik di perusahaan Indonesia sudah cukup mampu berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik bagi masyarakat di Indonesia. Total penggunaan media sosial pada Dinas Pemerintahan dan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa yang mengakses dan terhubung di Instagram pemerintah 19,1%.

Dari peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelayanan publik yang berkualitas dan peran humas dalam meningkatkan citra kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Penggunaan media sosial dan digital oleh Diskominfo Jabar untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dapat dilihat dari cara pelayanan yang ada di dinas masing masing daerah. Pemerintah Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu contoh pemerintah daerah yang cukup progresif dalam memanfaatkan teknologi dan komunikasi digital. Melalui Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Barat, Pemprov Jabar meluncurkan aplikasi Sapawarga sebagai kanal pelayanan publik berbasis digital yang bertujuan untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Gubernur Ridwan Kamil merilis Jabar Super Apps Sapawarga di Stadion Pakansari, Kabupaten Bogor. Super Apps Sapawarga merupakan aplikasi layanan publik terintegrasi untuk memudahkan warga mengakses ragam layanan publik di Jawa Barat secara digital dengan lebih cepat. Sebuah aplikasi yang memudahkan masyarakatnya untuk melakukan pembayaran pajak, mengetahui berbagai informasi seputar Jawa Barat dan event yang diselenggarakan untuk kebutuhan acara Jabar.

Strategi komunikasi Humas Diskominfo Jabar yaitu dalam meningkatkan pelayanan publik melalui konten. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat ini telah konsisten untuk mengelola berbagai informasi melalui kontennya termasuk terhadap Aplikasi Sapawarga yang di gunakan *branding* oleh Humas Diskominfo Jabar, menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi *platform* sosial yang sangat penting untuk mempromosikan setiap informasi. Hal ini dibuktikan oleh laporan terbaru dari Napoleoncat, menyatakan bahwa 88.861.000 orang menggunakan Instagram pada Februari 2024 atau 31,6% dari total penduduk Indonesia. Angka ini muncul karena selain menjadi *platform*

media sosial untuk berbagi foto, konten pada Instagram juga diganti dengan produk bisnis.

Keinginan bertransformasi menjadi provinsi digital mendorong Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat berkomitmen melalui sebuah inisiatif berupa aplikasi layanan publik, Sapawarga. Sapawarga pun menjadi tempat kanal aspirasi dan pengaduan warga. Aplikasi Sapawarga adalah bukti dari salah satu program kerja yang dibawa semasa periode jabatan Ridwan Kamil yang ramah. Karena dalam aplikasi yang humas lakukan sudah terjalankan aktif dan dikelola dengan baik. Aplikasi Sapawarga menghadapi minat popularitas dan visibilitas di kalangan publik Jawa Barat. Karena fitur yang memudahkan warganya untuk segala aktivitas. Sebagai bagian dari komunikasi publik, humas pemerintah mengedukasi masyarakat agar menggunakan layanan yang disediakan pemerintah. Namun, dalam praktiknya masih dijumpai sejumlah kendala seperti rendahnya partisipasi masyarakat di beberapa daerah, kurangnya pemahaman tentang fungsi aplikasi, serta tantangan dalam menjangkau kelompok masyarakat tertentu.

Dalam pelayanan publik yang dilakukan oleh Humas Diskominfo selalu mengutamakan kemudaha dalam akses layanan aduan masyarakat dan informasi yang akurat, singkat, jelas, dan padat, bertujuan untuk selalu dipahami dan *up to date* dalam setiap informasi yang dibagikan.

Berikut ini adalah beranda pada fitur Aplikasi Sapawarga :



Gambar 1.1 Beranda fitur Aplikasi Sapawarga

Sumber : Akun Instagram @sapawarga_jabar

Hal ini menandakan bahwa media sosial sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, karena memiliki fungsi untuk berkomunikasi jarak jauh, bersosialisasi secara *online* tanpa batas ruang dan waktu (Solihatini, 2021). Penggunaan media sosial yang semakin berkembang dengan adanya dukungan media sosial berbasis visual seperti Instagram menjadikan kebutuhan akan desain komunikasi visual semakin tinggi. Pengguna Instagram secara global

sudah mencapai 500 juta pengguna aktif setiap bulan. Media sosial juga digunakan untuk menjaga dan meningkatkan reputasi yang dibangun oleh pemerintahan termasuk pada Aplikasi Sapawarga yang akan Penulis teliti.

Saat ini, fungsi Instagram tidak hanya untuk berbagi foto keluarga, teman atau siapapun, bahkan setiap Dinas Pemerintahan sudah menggunakan media sosial untuk branding informasi.

Dengan berkembangnya teknologi saat ini, Perusahaan dari berbagai bidang menunjukkan eksistensinya dengan memberikan informasi yang memudahkan. Dengan meningkatkan kualitas media, Humas Diskominfo dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program dan kegiatan pemerintah Jawa Barat. Membuat konten informasi yang menarik dan tepat adalah salah satu upaya relevan untuk meningkatkan efektivitas, karena komunikasi informatika menekankan pentingnya pengeditan visual dalam komunikasi dan bagaimana elemen tanggapan balik, media, komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan intruksi, identitas, mengelola komunikasi baik maupun krisis situasi dan informasi dengan cara yang efektif dan mudah dipahami oleh penerima pesan. Perkembangan konten dengan tampilan menarik baik isi maupun segi desain pada media sosial saat ini sedang marak digunakan di kalangan dinas pemerintahan khususnya Diskominfo Jabar dalam meningkatkan cara *branding* sesuatu, salah satunya dalam konten-konten Aplikasi Sapawarga. Pesatnya perkembangan teknologi di era sekarang membuat pemerintah provinsi Jawa Barat membuat terobosan yaitu dengan diluncurkannya Jabar Super Apps yang salah satunya yaitu ada Aplikasi Sapawarga sebagai bentuk wujud layanan pada masyarakat, Aplikasi Sapawarga merupakan aplikasi layanan dan informasi dari berbagai instansi pemerintahan Jawa Barat yang terintegrasi dengan satu aplikasi saja yaitu Sapawarga.

Humas pemerintahan menjadi semakin strategis dalam membangun komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi kebijakan pemerintah, tetapi juga menjadi jembatan untuk menampung aspirasi, keluhan, dan kebutuhan masyarakat. Untuk mendukung peran tersebut, pemerintah Provinsi Jawa Barat mengembangkan Aplikasi Sapawarga sebagai media komunikasi digital yang efektif.

Hasil penelitian ini yaitu daya tanggap *provider* pada *customers/pengguna akun* seperti harapan, keinginan bisa dikatakan cukup. Komitmen dalam pemberian layanan dan informasi dapat dilihat pada fitur, layanan yang selalu baru akan tetapi dari segi efisiensi masih terdapat layanan yang harus memerlukan secara offline tidak 100% online. Untuk mewujudkan

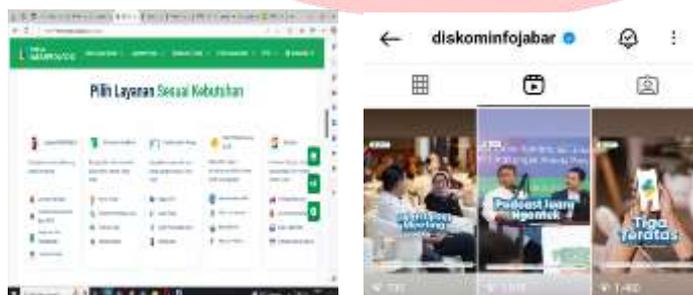
pertanggung jawaban publik aplikasi ini memiliki orientasi dan nilai penyederhanaan yang menggunakan adanya fitur kritik saran serta hotline yang nantinya bisa menyesuaikan dengan nilai, norma yang berkembang di masyarakat. Dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat. Konten dan fitur ini juga diaplikasikan dengan menggunakan unsur grafis seperti *layout*, warna, *caption* pada *brief content* dan ide yang dibuat oleh humas dan editor pada elemen visual pendukung lainnya agar menciptakan konten yang sampai kepada masyarakat bisa menjadi lebih mudah, menarik dan estetik.



Gambar 1.2 Akun Beranda Instagram @sapawarga_jabar

Sumber : Instagram @sapawarga_jabar

Hal yang menarik dari Aplikasi Sapawarga ini adalah fitur layanan kebutuhan yang memudahkan dan lengkap untuk diakses oleh masyarakatnya sehingga Hubungan Masyarakat yang terkait menerapkan kekonsistenan dalam menerapkan elemen desain, fitur kelengkapan, dan konten yang dijadikan sebagai teknologi, komunikasi dan informatika dalam membuat informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dan hal tersebut mampu menciptakan *engagement* yang tinggi.



Gambar 1.3 Informasi dan Fitur Sapawarga

Sumber : Instagram dan Website @diskominfojabar

Hal tersebut terlihat bahwa konten dan fitur yang dibuat sebagai media promosi dan layanan masyarakat dijadikan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan warga Jawa Barat. Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi komunikasi yang digunakan humas pemerintah Jabar dalam mensosialisasikan aplikasi teknologi, informasi, komunikasi, dan visual konten informasi Aplikasi Sapawarga di medsos Diskominfo Jabar. Selain itu, Sapawarga memiliki *engagement* yang tinggi pada akun instagramnya serta telah terverifikasi, memiliki pengikut yang lebih banyak daripada kompetitor akun dinas & aplikasi lainnya yang berada di Kota Bandung, dan memiliki konsistensi dalam menerapkan komunikasi visual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran komunikasi pemerintah dalam mendukung transformasi digital pelayanan publik.

Pada penelitian ini dapat menggunakan tiga indikator yaitu : *responsiveness*, *responsibility* dan *accountability*. Adanya penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang keinginan, harapan, masukan dari masyarakat untuk mengetahui komitmen dalam pemenuhan pelayanan sesuai dengan kepentingan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diambil sebuah rumusan masalah yang digunakan untuk mempermudah penulis dalam menentukan arah penelitian yang dilakukan. Yaitu : **Bagaimana Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Barat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Melalui *Content*?**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengajukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tantangan yang dihadapi oleh Humas Diskominfo dalam membangun *branding content informasi* pada akun *Instagram @diskominfojabar*
2. Mengapa Peningkatan Informasi Humas Diskominfo Penting?
3. Bagaimana Humas Diskominfo memastikan bahwa konten aplikasi konsisten dengan identitas mereknya, *tagline* yang diterapkan pada penyampaian Diskominfo Jabar?
4. Apa pesan merek utama (*tagline*) yang ingin disampaikan Diskominfo melalui konten Aplikasi Sapawarga kepada Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pemilihan ide *brief content* pada postingan yang diinformasikan di Instagram @diskominfojabar.
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan Diskominfo Jabar dalam menghadapi tantangan-tantangan untuk mempertahankan *branding content*.
3. Untuk mengetahui akses kemudahan bagi masyarakat dalam mengetahui informasi fitur yang ada di Sapawarga.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana Humas Diskominfo Jabar dalam meningkatkan strategi pelayanan publik menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi di media sosial Instagram dalam menginformasikan Aplikasi Sapawarga. Serta bisa dijadikan referensi bagi rekan-rekan yang akan meneliti lebih lanjut mengenai penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mendorong penelitian lebih lanjut tentang teknologi, informasi, dan komunikasi serta membantu para peneliti lain dalam mengembangkan teori dan metode penelitian tentang teknologi, informasi dan komunikasi.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru pada literatur tentang teknologi, informasi dan komunikasi dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi Sapawarga yang digunakan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang membutuhkan referensi dan memenuhi kebutuhan informasi tentang penggunaan konten di Instagram secara efektif untuk menginformasikan Aplikasi Sapawarga.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan menjadi tiga bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Gambaran masing-

masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN pada bab ini penulis memaparkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan lokasi penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab ini penulis akan memaparkan teori yang berkaitan dengan penelitian ini beserta kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini penulis menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Karena informan penelitian yang ditentukan penulis adalah Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Barat yang berada di Jln. Tamansari No. 55, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena dinas pemerintah yang memiliki strategi *branding* dan media sosial yang baik untuk informasi seputar Jawa Barat. Teknologi, Informasi dan Komunikasi dari Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yang efisien untuk diteliti lebih dalam. Adapun waktu yang akan dilaksanakan yaitu pada bulan April – Juni 2025.



Gambar 1.4 Lokasi Penelitian
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. Waktu Penelitian

Tabel 1.1. Rincian Waktu Penelitian

No	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
1	Tahap Persiapan Penelitian	Pengarahan Pembimbing	April
		Konsultasi Judul Penelitian	
		Acc Judul Penelitian	
		Mengumpulkan Data	
		Penyusunan BAB 1	
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB 1	April
		ACC BAB 1	
		Penyusunan BAB II	
		Penyusunan BAB III	April
		Revisi BAB II dan BAB III	
		ACC BAB II dan BAB III	
3	Sidang Usulan Penelitian	Persiapan Sidang Usulan Penelitian	Mei
		Sidang Usulan Penelitian	

