

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, atau yang lebih dikenal dengan Tahura Djuanda, merupakan kawasan konservasi alam yang terletak di wilayah utara Kota Bandung, Jawa Barat. Kawasan ini mencakup luas sekitar 590 hektar, membentang dari kawasan Dago Pakar hingga Maribaya, Lembang. Tahura Djuanda diresmikan sebagai taman hutan raya pada tanggal 14 Januari 1985 melalui Keputusan Menteri Kehutanan Republik Indonesia No. 195/Kpts-II/85, dan menjadi taman hutan raya pertama di Indonesia yang memadukan fungsi konservasi alam dengan kegiatan pendidikan, penelitian, pariwisata, dan rekreasi. Nama "Ir. H. Djuanda" diambil dari nama Perdana Menteri terakhir Indonesia pada masa Demokrasi Parlementer, yakni Ir. H. Djuanda Kartawidjaja, yang dikenal sebagai tokoh nasional berdarah Sunda dan pencetus Deklarasi Djuanda yang menjadi tonggak penting kedaulatan maritim Indonesia. Pemberian nama ini sebagai bentuk penghormatan terhadap jasa-jasanya dalam membangun dan memperjuangkan kepentingan nasional, khususnya dalam bidang sumber daya alam dan lingkungan.

Taman Hutan Raya Ir.H. Djuanda juga merupakan salah satu kawasan konservasi alam sekaligus destinasi wisata edukatif dan rekreatif yang berada di bawah pengelolaan UPTD Tahura Raya, Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat. Dengan keanekaragaman hayati yang tinggi, nilai sejarah, serta pesona alam yang unik, Tahura Djuanda tentunya memiliki potensi yang besar untuk menarik kunjungan publik sekaligus menjadi pusat edukasi konservasi. Di tengah tuntutan harus meningkatkan kesadaran lingkungan serta kunjungan wisatawan, media sosial TikTok dapat menjadi salah satu platfrom yang dapat mendukung tujuan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam pola interaksi sosial dan cara suatu organisasi atau lembaga untuk menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial pada saat ini tidak hanya menjadi sarana untuk berbagi secara personal akan tetapi juga telah menjelma menjadi alat yang strategis dalam membentuk opini publik, membangun citra, hingga mendukung kegiatan promosi dan edukasi.

We Are Social memberikan laporan bahwa pada Januari 2025 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta identitas pengguna media sosial yang setara dengan 50,2% dari total populasi 285 juta jiwa dengan distribusi gender pengguna media sosial meliputi 54% pengguna laki-laki dan 46% adalah pengguna perempuan.



Gambar 1.1 Perkembangan Kondisi Digital Indonesia

Sumber : Riyanto 2025

Tahura Djuanda telah membuat akun TikTok resmi dengan nama @tahura.djuanda sebagai salah satu upaya untuk proses komunikasi digital, akun tersebut memiliki 1.538 pengikut dan 57,9 ribu like. Namun berdasarkan observasi awal, terdapat ketimpangan antara besarnya potensi media sosial TikTok dengan

kualitas dan konsistensi pengelolaan akun tersebut. Dilihat dari video yang diunggah masih terbatas, interaksi yang diciptakan pengguna dengan audiens tidak terlalu tinggi, dan belum ada identitas konten yang lebih kuat. Padahal minat terhadap konten tren tentang alam, konservasi, dan ekowisata sangat diminati terutama jika dikemas secara menarik dan edukatif.

Kemudia Akun TikTok @Tahura.Djuanda, meskipun memiliki potensi besar untuk menyampaikan informasi isu pelestarian lingkungan, keanekaragaman hayati, sejarah kawasan, hingga promosi wisata alam, akun ini hanya memiliki jumlah pengikut yang rendah dan interaksi yang minim. Terdapat dugaan bahwa kurangnya pedoman komunikasi digital yang terstruktur, pemahaman yang kurang mengenai dinamika platform TikTok dan keterbatasan sumber daya manusia dalam produksi konten yang menjadi faktor penyebab kurang optimalnya fungsi akun TikTok tersebut. Permasalahan ini tidak hanya menggambarkan teknis pada tingkat operasional pengelola akun media sosial, tetapi mencerminkan juga sebuah tantangan yang lebih luas yaitu bagaimana lembaga publik, khususnya yang bergerak dalam bidang konservasi lingkungan dapat mengadaptasi pola komunikasi modern berbasis media baru secara efektif dan strategis. Fenomena ini tentunya menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh instansi konservasi seperti Tahura Djuanda.

Fenomena tersebut tentu saja menjadi pertanyaan yang mendasar terkait penggunaan efektivitas strategi komunikasi digital dalam pengelolaan akun TikTok tersebut. Terdapat dugaan sementara seperti tidak adanya pedoman komunikasi digital yang terstruktur, kurangnya pemahaman mengenai dinamika platform TikTok, dan keterbatasan sumber daya manusia dalam produksi konten menjadi faktor yang berkontribusi terhadap kurang optimalnya fungsi akun TikTok tersebut. Dari

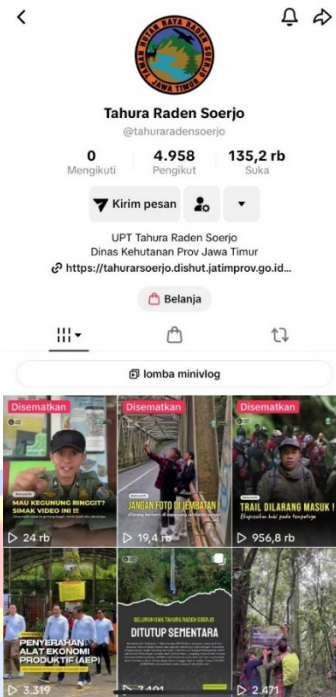
pandangan lain, pengelolaan akun TikTok oleh instansi pemerintah terutama di sektor lingkungan dan konservasi masih merupakan hal yang baru, sehingga belum banyak best practices atau studi akademik yang dapat menjadi rujukan.

Kemudian, berdasarkan data yang bersumber langsung dari akun TikTok resmi @tahura.djuanda yang memiliki kurang dari 4.000 pengikut dan dengan rata rata tayangan video dibawah 2000 *views*, dibandingkan dengan akun serupa yang dikelola oleh lembaga konservasi lainnya seperti Taman Hutan Raya Raden Soerjo Jawa Timur, mereka memiliki akun TikTok resmi @tahuradensoerjo dengan jumlah pengikut 4.933 dan 135,1 ribu like, perbedaan angka tersebut masih tergolong rendah. Dari hal inilah pentingnya optimalisasi komunikasi digital sebagai upaya meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan efektivitas pesan yang disampaikan kepada publik. Kemudian ada permasalahan yang muncul yaitu bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam instansi konservasi Tahura Djuanda.



Gambar 1.2 Akun TikTok Tahura Ir H Djuanda

Sumber : TikTok 2025



Gambar 1.3 Akun TikTok Tahura Raden Soerjo

Sumber : TikTok 2025

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah cara organisasi dan lembaga dalam berinteraksi dengan publik. Media sosial, termasuk TikTok, telah menjadi alat strategis dalam membentuk opini publik, membangun citra, serta mendukung kegiatan promosi dan edukasi.

Berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna TikTok di dunia diperkirakan mencapai 1,58 miliar pengguna pada April 2024. Mayoritas penggunanya adalah masyarakat berusia 18-34 tahun. Pengguna TikTok paling banyak berasal dari Indonesia. Tercatat, ada 127,5 juta pengguna TikTok yang berasal dari tanah air pada April 2024. Amerika Serikat menyusul di urutan kedua dengan jumlah pengguna TikTok sebanyak 121,52 juta pengguna. Kemudian, jumlah pengguna Tiktok di Brasil dan Meksiko masing-masing sebanyak 101,8 juta pengguna dan 77,93 juta pengguna.



Gambar 1.4 8 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia

Sumber : Instagram DataIndonesia.id

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial TikTok, tentu saja sangat penting bagi lembaga konservasi seperti Hutan Raya Djuanda untuk mengoptimalkan strategi komunikasi digital, sehingga penelitian “IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENGELOLAAN AKUN TIKTOK @TAHURA.DJUANDA” bertujuan untuk menganalisis dan memberikan rekomendasi mengenai pengelolaan akun TikTok Tahura Djuanda agar lebih efektif dalam menyampaikan informasi atau pesan dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus terhadap pengelolaan komunikasi digital media sosial TikTok yang dikelola oleh instansi pemerintah, khususnya di bidang konservasi Tahura Djuanda Bandung. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh pengelola akun TikTok @Tahura.Djuanda dalam membangun hubungan dengan audiens secara digital. Penelitian ini juga diarahkan pada upaya mengoptimalkan fungsi komunikasi digital melalui pengelolaan akun TikTok resmi

milik Taman Hutan Raya (Tahura) Ir. H. Djuanda Bandung sebagai media penyampaian informasi, edukasi konservasi, serta sarana promosi kawasan wisata alam berbasis digital. Penelitian ini menitikberatkan pada strategi komunikasi yang digunakan oleh pengelola akun TikTok dalam membangun hubungan dengan audiens digital, khususnya generasi muda, melalui konten video pendek yang bersifat informatif, edukatif, dan menarik. Selain itu, penelitian ini juga menelusuri bagaimana proses produksi konten dilakukan, bagaimana pengelola memahami karakteristik dan perilaku pengguna TikTok, serta bagaimana keberhasilan pesan digital tersebut diukur melalui keterlibatan pengguna (engagement), respon followers, serta konsistensi branding lembaga. Dalam konteks yang lebih luas, fokus penelitian ini juga mencakup tantangan dan peluang komunikasi digital yang dihadapi lembaga konservasi seperti Tahura Djuanda dalam era transformasi media sosial yang dinamis.

Penelitian ini juga akan menggali berbagai tantangan yang dihadapi oleh Humas UPTD Tahura dalam mengelola akun TikTok, termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya pemanfaatan fitur-fitur TikTok yang tersedia, serta inkonsistensi dalam publikasi konten. Selain itu, penelitian ini akan melihat bagaimana tanggapan serta keterlibatan pengguna TikTok terhadap konten-konten yang telah dipublikasikan, sehingga dapat diketahui sejauh mana media sosial ini efektif dalam membentuk brand awareness dan mendukung fungsi edukatif dari Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda sebagai kawasan konservasi.

Selanjutnya, penelitian ini mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh lembaga konservasi dalam mengelola akun TikTok, termasuk keterbatasan sumber daya dan pemanfaatan fitur-fitur TikTok. Terakhir, penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana media sosial TikTok efektif dalam membentuk

brand awareness dan mendukung fungsi edukatif dari Taman Hutan Raya Djuanda sebagai kawasan konservasi.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi digital yang saat ini diterapkan dalam pengelolaan akun TikTok @tahura.djuanda?
2. Apa kendala dan hambatan dalam pengelolaan akun TikTok sebagai media komunikasi digital Tahura Djuanda.
3. Bagaimana strategi perencanaan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi digital melalui TikTok?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian yaitu antara lain :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi digital yang saat ini digunakan dalam pengelolaan akun TikTok @tahura.djuanda
2. Merumuskan rekomendasi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital melalui media sosial TikTok.
3. Mengetahui tantangan dan peluang dalam pengelolaan akun TikTok @tahura.djuanda sebagai media komunikasi publik dan promosi kawasan konservasi.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi seluruh pihak diantaranya :

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan memberikan kontribusi dalam proses

pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital, media sosial serta strategi branding lembaga publik. Di tengah kemajuan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media sosial seperti TikTok dalam membentuk persepsi publik dan membangun citra institusi.

Dengan proses mengkaji strategi komunikasi digital melalui TikTok, penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai pemanfaatan media sosial yang interaktif dan berbasis algoritma dalam konteks komunikasi lembaga non-komersial atau lembaga konservasi. Penelitian ini menambahkan perspektif baru bahwa media sosial bukan hanya relevan untuk bisnis dan perusahaan komersial, tetapi juga sangat penting untuk lembaga publik dalam menyampaikan edukasi, informasi, dan membangun hubungan dengan masyarakat luas.

Lebih lanjut, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi teoritis yang dapat digunakan oleh akademisi, mahasiswa maupun peneliti lain dalam proses mengembangkan studi lebih lanjut terkait efektivitas media sosial dalam komunikasi yang strategis, khususnya dalam sektor lingkungan, konservasi dan pariwisata berkelanjutan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini memiliki kegunaan praktis yang cukup signifikan, terutama bagi pengelola lembaga konservasi, instansi pemerintah, dan pelaku komunikasi digital. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan strategis bagi pengelola akun TikTok Tahura Djuanda dalam merancang dan mengembangkan konten TikTok Tahura Djuanda agar lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Penelitian ini juga memberikan panduan dalam mengoptimalkan fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi dua arah yang tidak hanya bersifat

informatif, tetapi juga interaktif dan membangun kedekatan antara lembaga dan masyarakat.

Bagi praktisi komunikasi digital dan content creator di sektor pemerintahan atau organisasi nirlaba, penelitian ini menyuguhkan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan platform hiburan seperti TikTok untuk tujuan non-komersial, seperti edukasi lingkungan, promosi wisata alam, dan penyuluhan publik. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong peningkatan kualitas komunikasi digital yang relevan, adaptif, dan strategis di sektor publik.

1.6. Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan penelitian:

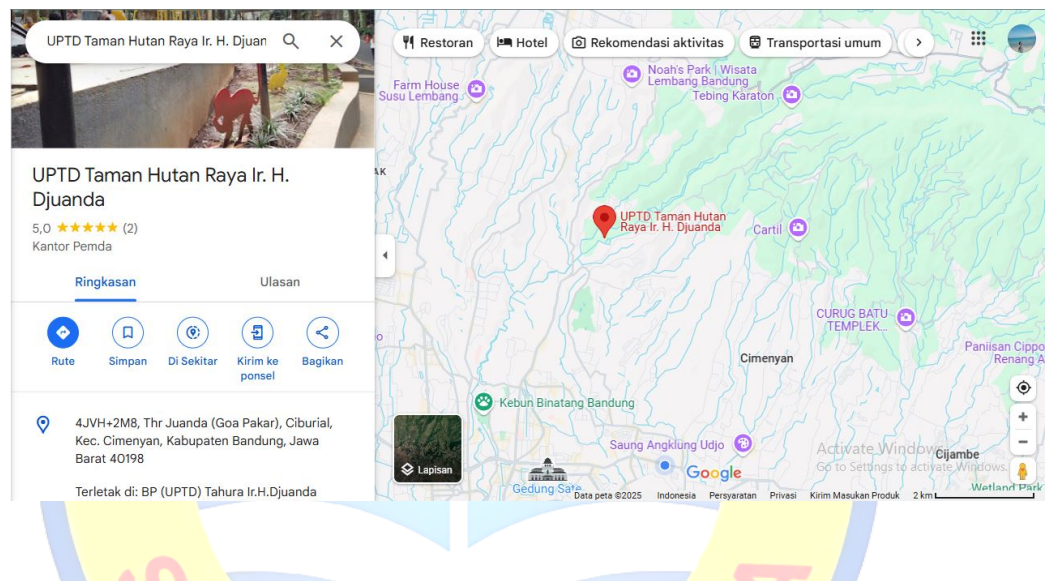
1. BAB I PENDAHULUAN yang terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA yang terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu yang sesuai dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN yang terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian. Informan kunci dan informan pendukung, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari objek penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UPTD Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung yang terletak di Jalan Ir. H. Juanda No.99, Ciburial, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung dipilih

sebagai lokasi penelitian selain karena secara geografis dekat dengan pusat kota dan mudah diakses oleh masyarakat, wisatawan, maupun peneliti, selain itu Tahura Djuanda sudah memiliki akun TikTok resmi **@Tahura.Djuanda** tetapi pemanfaatannya masih minim, ditandai dengan kurangnya konsistensi unggahan, rendahnya interaksi dengan audiens serta belum optimalnya penggunaan dan pemanfaatan fitur – fitur yang tersedia didalam media sosial TikTok.



Gambar 1. 2 Lokasi Penelitian

Sumber : Google Maps 2025

1.7.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah 5 bulan yaitu dari bulan April 2025 sampai dengan Agustus 2025 :

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2025				
		Apr	Mei	Jun	Jul	Aug
1.	Pengajuan Judul					
2.	Penelitian Pendahuluan					
3.	Penyusunan Laporan UP					
4.	Bimbingan UP					
5.	Pengajuan Seminar UP					
6.	Sidang Seminar UP					
7.	Revisi UP					
8.	Penelitian Data					
9.	Pengolahan Data					
10.	Penyusunan Skripsi					
11.	Pengajuan Sidang Akhir					
12.	Sidang Skripsi					

Sumber : Peneliti