

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan adanya perkembangan teknologi yang terus menerus berkembang setiap waktunya, maka penggunaan media kini berubah dari penggunaan konvensional seperti koran, radio, ataupun televisi menjadi penggunaan media digital seperti media sosial, yang lebih khususnya pada penggunaan internet. Internet adalah jaringan komputer yang berasal dan dibuat oleh Departemen Pertahanan AS. Proyek ini dipresentasikan pada tahun 1969, yang mengoptimalkan ARPANET atau *Agency Network for Advanced Research Projects*. Awalnya digunakan hanya untuk keperluan militer. Pada awalnya ARPANET hanya menghubungkan 4 website. Situs – situs yang dimaksud adalah Stanford Research Institute, Santa Barbara, Utah University, dan California University. Kemudian diperkenalkan pada tahun 1972. Namun setelah proyek berkembang pesat disegala bidang, maka semua universitas ingin bergabung. ARPANET mulai kesulitan untuk membatasinya, maka dari itu ARPANET dibagi menjadi dua komponen yaitu MILNET yang bergerak di bidang militer sedangkan ARPANET untuk kebutuhan non militer. Perpaduan keduanya kini dikenal dengan DARPA internat yang kini dikenal dengan internet dan telah berkembang diseluruh dunia.

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, teknologi memiliki arti metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, atau keseluruhan sarana untuk menyediakan barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup. Namun secara *etimologi*, teknologi berasal dari kata *technologia* (Yunani) yang artinya *techno* adalah ‘keahlian’ dan *logia* artinya ‘pengetahuan’. Menurut Williams & Sawyer (2003) Teknologi Informasi merupakan teknologi yang menggabungkan Komputer dengan jalur komunikasi yang memiliki kecepatan tinggi yang bisa membawa data, suara dan video.

Saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer digunakan oleh masyarakat. Instagram sendiri memberikan manfaat yang begitu banyak bagi masyarakat untuk mencari atau memberikan sebuah informasi dan

berinteraksi secara luas bahkan sampai ke mancan negara dengan cepat. Cara penggunaan media sosial Instagram tergolong sangat mudah dan memiliki banyak sekali fitur – fitur yang dapat digunakan sehingga Instagram menjadi media sosial yang populer pada saat ini.

Instagram pada awalnya merupakan sebuah media sosial yang dirancang untuk membagikan gambar, foto atau video di dalam bentuk postingan feed. Namun pada perkembangannya instagram kini memiliki fitur yang lebih lengkap lagi yaitu dengan adanya instastory yang lebih praktis untuk membagikan sebuah momen – momen atau informasi tertentu ditambah lagi dengan adanya fitur boomerang, tata letak, *hands-free*, dan juga filter atau efek untuk kamera yang memungkinkan para penggunanya untuk tidak perlu mengedit foto atau video yang akan dibagikan. Sehingga banyak akun resmi dari perusahaan yang memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi ataupun berkomunikasi langsung dengan audiencenya karena mudahnya akses untuk menyebarkan informasi

Dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi khususnya pada penggunaan internet memudahkan penggunaanya untuk memperoleh informasi ataupun melakukan kegiatan apa saja, dimana. saja dan kapan saja melalui *smartphone* ataupun perangkat lainnya yang mendukung untuk akses internet. Menurut Castells (2001) mengungkapkan bahwa Internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data di antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan berbagai jasa dan sebagai alternatif bagi alat komunikasi pribadi dan antarpribadi.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2021

Sumber <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> , diakses pada 23 Maret 2022)

Menurut data yang dimuat dari datareportal.com pada Januari 2021 tercatat di Indonesia ada 4.66 milyar pengguna internet aktif dari total penduduk sebanyak 7 milyar jiwa. yang berarti 59,5% masyarakat Indonesia aktif dalam penggunaan internet. Dan diketahui bahwa pengguna *smartphone* mencapai 5,22 milyar jiwa sama dengan 66,6% dari total masyarakat Indonesia. yang artinya pengguna internet di Indonesia memiliki lebih dari satu buah *smartphone*.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pengguna aktif di Indonesia mencapai 56,4% yang artinya lebih dari setengah masyarakat Indonesia aktif menggunakan internet. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial merupakan suara yang banyak diminati oleh masyarakat. Dengan adanya media sosial saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi ataupun berkomunikasi dengan luas. Berikut media sosial yang paling populer di Indonesia tahun 2021 :

**Tabel 1.1 Media sosial populer di Indonesia**

MEDIA SOSIAL	PENGGUNA AKTIF
Youtube	94%

Instagram	87%
Facebook	86%
Twitter	63%

(Sumber : beritasatu, diakses pada 23 Maret 2022)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa media sosial yang paling populer di Indonesia pada posisi pertama ditempati oleh Youtube dengan pengguna aktif 94%, Posisi kedua oleh Instagram sebanyak 88%, posisi ketiga oleh Facebook sebanyak 86%, dan urutan ke empat oleh Twitter dengan 63% dari total jumlah penduduk Indonesia.



Gambar 1.2 Penerimaan Penghargaan Kota Smart City

(Sumber : ppid.bandung, diakses pada 23 Maret 2022)

Gambar diatas menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bandung sendiri sangat memanfaatkan penggunaan teknologi informasi untuk berbagai kegiatan. Hal ini dibuktikan dalam penerimaan penghargaan sebagai kota smart city. Kota Smart City sendiri merupakan sebuah impian dari hampir semua negara. Dengan smart city, berbagai macam data dan informasi yang berada disetiap sudut kota dikumpulkan melalui sensor yang terpasang di setiap sudut kota, dianalisis dengan

aplikasi cerdas, selanjutnya disajikan sesuai dengan kebutuhan melalui aplikasi yang dapat diakses melalui gadget.

Jumlah Penduduk (jiwa)								
laki-laki		Perempuan			Laki-laki dan Perempuan			
2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	
163 916,00	1 264 325,00	1 241 229,00	1 243 972,00	1 245 778,00	2 503 708,00	2 507 888,00	2 510 103,00	
73 231,00	73 221,00	72 782,00	72 875,00	72 955,00	145 954,00	146 106,00	146 176,00	
78 333,00	78 622,00	74 627,00	75 084,00	75 421,00	152 600,00	153 417,00	154 043,00	
57 860,00	57 420,00	55 643,00	55 353,00	54 977,00	113 892,00	113 213,00	112 397,00	
44 515,00	44 546,00	41 999,00	42 103,00	42 217,00	86 441,00	86 618,00	86 763,00	
31 254,00	30 842,00	31 754,00	31 397,00	31 022,00	63 395,00	62 651,00	61 864,00	
39 617,00	39 369,00	40 203,00	40 038,00	39 845,00	80 032,00	79 655,00	79 214,00	
32 488,00	32 061,00	33 793,00	33 413,00	33 015,00	66 683,00	65 901,00	65 076,00	
35 223,00	35 805,00	34 813,00	35 430,00	36 050,00	69 431,00	70 653,00	71 855,00	
51 654,00	51 987,00	51 321,00	51 752,00	52 131,00	102 596,00	103 406,00	104 118,00	
40 588,00	40 850,00	40 445,00	40 806,00	41 126,00	80 736,00	81 394,00	81 976,00	
19 226,00	19 351,00	19 324,00	19 490,00	19 637,00	38 409,00	38 716,00	38 988,00	
42 479,00	43 306,00	40 542,00	41 431,00	42 264,00	82 171,00	83 910,00	85 570,00	
23 747,00	24 209,00	23 014,00	23 524,00	24 002,00	46 287,00	47 271,00	48 211,00	
43 352,00	43 947,00	41 853,00	42 535,00	43 166,00	84 578,00	85 887,00	87 113,00	

Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Kota Bandung

(Sumber : <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/32/1/jumlah-penduduk.html>, diakses pada 27 Maret 2022)

Penduduk Kota Bandung pada setiap tahunnya mengalami peningkatan terus menerus, hal ini di tujukan pada gambar diatas bahwa pada tahun 2018 jumlah penduduk Kota Bandung sekitar 2.503.708 Jiwa, pada tahun 2019 berjumlah 2.507.888 Jiwa, dan pada tahun 2022 berjumlah 2.510.103. data tersebut diambil dari website resmi Badan Pusat Statistik Kota Bandung yang dijamin keakuratannya.

Peneliti memilih media sosial Instagram sebagai objek penelitian dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa faktor diantaranya: pada perkembangan yang terjadi pada media sosial Instagram yang awal mulanya hanya untuk membagikan foto, gambar atau video pada bagian post feed sampai dengan adanya instagram shop, live, IGTV dan juga instastory yang dilengkapi dengan fitur – fiturnya untuk melakukan aktivitas di Instagram.

Pada saat ini media sosial khususnya Instagram tidak hanya digunakan oleh kalangan individu namun komunitas, organisasi, perusahaan bahkan pemerintahan pun kini memakai media sosial Instagram. Menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018), otoritas publik memiliki persyaratan untuk pemanfaatan media sosial oleh organisasi pemerintah sebagai bentuk kemajuan dalam

perkembangan teknologi. Sebagai sarana untuk menyebarkan data tentang suatu wilayah tersebut. Otoritas publik juga dapat menjadikan Instagram sebagai sarana yang cepat dan menarik untuk menyebarkan data karena memiliki akses yang sederhana serta modern dan lengkap.

Pemerintahan – pemerintahan modern berupaya mengelola interaksi dengan media massa secara strategis dalam membangun konsensus untuk mendukung kebijakan kebijakan pemerintah. Menurut Johnston dan Zawawi (2004) Informasi publik dilakukan melalui departemen para pejabat publisitas bagian pelayanan publik departemen pemerintah untuk membantu menyebarkan informasi kebijakan dan operasi pemerintahan. Departemen ini menggunakan teknik publisitas diantaranya untuk :

- a. Menginformasikan kepada publik tentang hak dan kewajiban
- b. Memperkenalkan kepada publik tentang tersedianya berbagai fasilitas dan layanan
- c. Mendidik publik tentang inisiatif lembaga pemerintah
- d. Menjelaskan dan memperinci dampak perundang – undangan
- e. Membantu mengembangkan sesuatu
- f. Membantu mengarahkan sesuatu

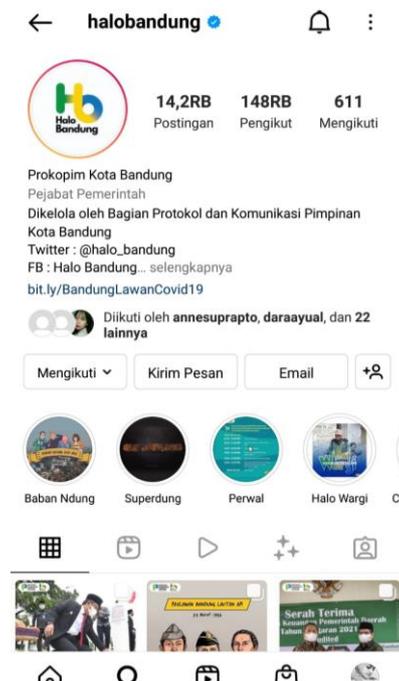
Berikut ini adalah 5 teratas posting dan followers tertinggi pada akun Instagram pemerintahan kota atau kabupaten di Jawa Barat:

**Tabel 1.2 Akun Instagram pemerintah teratas di Jawa Barat**

NO	KOTA / KAB	AKUN INSTAGRAM	FOLLOWERS	POSTING
1	Kota Bandung	@halobandung	148 Ribu	14,2 Ribu
2	Kota Depok	@pemkotdepok	45,8 Ribu	1.459
3	Kota Bekasi	@humaskotabekasi	36,8 Ribu	1.376
4	Kota Cimahi	@cimahikota	35,2 Ribu	2.553
5	Kab. Bandung	@propokimkabbandung	30,1 Ribu	5.257

(Sumber : Olahan Penulis, diakses pada 23 Maret 2022)

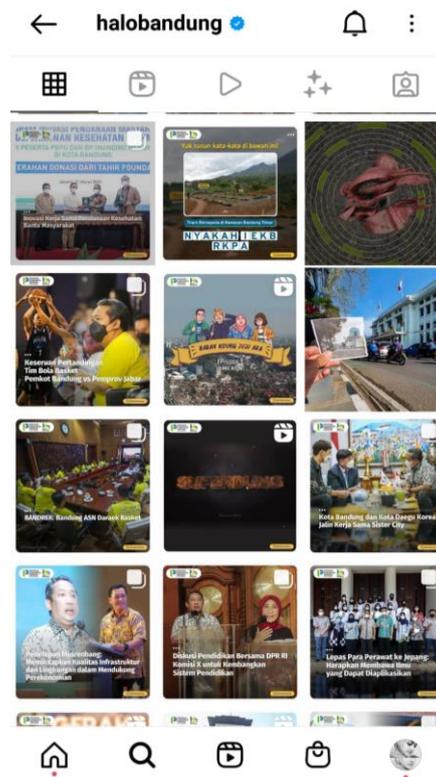
Dari informasi di atas, terlihat bahwa akun pemerintah Kota Bandung @halobandung memiliki jumlah post dan followers terbesar yang dianalisis yang berbeda di Jawa Barat. Melalui akun Instagram @halobandung yang merupakan akun otoritas pemerintah yang dikelola resmi oleh Kepala Bagian Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, masyarakat umum atau klien Instagram dapat melacak data seputar Kota Bandung dengan sangat mudah. Sampai saat ini jumlah followers dari akun @halobandung telah mencapai 148 ribu followers dengan jumlah postingan hingga hari ini per tanggal 23 Maret 2022 sebanyak 14,2 ribu. Jumlah followers dan postingan pada akun Instagram dapat mempengaruhi publik atau khalayak untuk mempercayai akun instagram tersebut. Akun ini aktif pada tanggal 12 Januari 2014 dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai Kota Bandung untuk masyarakat kota Bandung ataupun pengguna lainnya dengan sumber yang terpercaya. Berikut ini adalah gambaran dari akun Instagram @halobandung



Gambar 1.4 Akun Instagram @halobandung  
(Sumber : Instagram, diakses 23 Maret 2022)

Akun media sosial @halobandung merupakan akun Instagram berbasis informasi yang menyajikan konten berupa gambar, foto, dan video mengenai

informasi seputar Kota Bandung seperti sebuah event, himbauan, peringatan hari penting, berita seputar Kota Bandung dan lain sebagainya melalui posting, instastory, IGTV, ataupun reels. Perbedaan dengan akun Instagraman lain yang membagikan informasi mengenai Kota Bandung seperti @infobdgcom adalah bahwa akun Instagram @halobandung lebih dapat dipercaya karena dikelola langsung oleh Kepala Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung atau yang disingkat Prokopim dan telah mendapatkan verifikasi centang biru, dan tampilan pada postingan dari caption, tampilan gambar atau video serta isi konten @halobandung dibuat sangat menarik, simpel dan informatif sehingga masyarakat tertarik dan mudah memahami informasi tersebut. Berikut gambar isi konten dari akun Instagram @halobandung



Gambar 1.5 Isi Konten akun Instagram

(Sumber : Instagram/halobandung, diakses pada 23 Maret 2022)

Dilihat dari gambar diatas, informasi yang disampaikan oleh akun @halobandung dikemas secara menarik, simpel dan informatif sehingga para pengguna instagram dapat lebih mudah mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tidak hanya menyebarkan informasi berupa gambar, foto, atau video

melalui postingan feed, tetapi @halobandung juga menyebarkan informasi melalui instastory, IGTV, dan juga reels. Pesan yang disampaikan sangat simpel namun informatif sehingga pembaca lebih mudah mengerti mengenai informasi yang disampaikan oleh akun @halobandung. Hal tersebut mempengaruhi masyarakat pengguna Instagram untuk mengikuti akun @halobandung agar dapat mengetahui informasi terbaru mengenai Kota Bandung dengan cepat dan mudah.

Referensi penelitian sebelumnya, sudah ada beberapa penelitian yang serupa yang berhubungan dengan pengaruh penggunaan media sosial diantaranya yaitu penelitian oleh Agnes Pertiwi, mahasiswa Universitas Telkom Bandung dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers , kemudian penelitian terdahulu oleh Dian Mustika Rahmadani, mahasiswa Universitas Telkom Bandung dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers, kemudian penelitian terdahulu oleh Akbar Gading Barus Mahasiswa Universitas Sumatera Utara dengan judul Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @bobbynst Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. Maka peneliti ingin melanjutkan penelitian tersebut dengan berfokus pada akun resmi yang dikelola langsung oleh Bagian Komunikasi dan Pimpinan Kota Bandung, sehingga perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada akun media sosial yang dikelola. Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah pengaruh penggunaan media digital instagram dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Penelitian ini penting dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan masyarakat kota bandung dalam memperoleh informasi melalui akun media sosial instagram @halobandung yang dikelola oleh bagian Komunikasi dan Pimpinan Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan praktisi – praktisi public relations pada pengelolaan media sosialnya agar dapat dikenal dan menarik perhatian dari audience.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @halobandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung**”. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana teknik

pengumpulan data dihasilkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada masyarakat kota Bandung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah yang dirumuskan peneliti adalah “Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media sosial Instagram @halobandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung?”

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, peneliti mengidentifikasi bahwa masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu:

1. Adakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung ?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung ?

## **1.4 Maksud Penelitian**

Maksud yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @halobandung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh pada penggunaan media sosial @halobandung terhadap pemenuhan informasi masyarakat Kota Bandung
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan informasi masyarakat Kota Bandung

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah

### 1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai manfaat penggunaan media sosial khususnya Instagram dalam pemenuhan informasi bagi masyarakat, penulis dalam bidang public relations.

### 2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi @halobandung dalam mengelola media sosialnya. Serta diharapkan dapat memberikan masukan bagi para praktisi di bidang public relations.

## 1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Februari 2022

**Tabel 1.3 Waktu dan Periode Penelitian**

No	Tahap Penelitian	Tahun 2022						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Tahap awal proses perencanaan dan pengumpulan data untuk pengerjaan BAB 1							
2	Pengumpulan teori sebagai tinjauan pustaka dan pembuatan							

	kerangka teori							
3	Perancangan metode penelitian							
4	Penyebaran kuesioner kepada responden							
5	Penyusunan hasil dan Pembahasan							
6	Penyelesaian data meliputi kesimpulan dan saran							

(Sumber: Olahan Penulis, 2022)

## 1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Susunan penelitian ini terdiri dari lima bagian, dimana setiap bagiannya saling berhubungan dan terorganisir sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari objek penelitian yang akan menjelaskan secara singkat lingkup objek yang akan diteliti, kemudian menjelaskan latar belakang permasalahan yang diangkat sesuai dengan alasan yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian, lalu diikuti perumusan pernyataan, dan tujuan penelitian ini serta sistematika penulisan yang menjabarkan urutan dari penelitian ini

### 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Terdiri dari teori – teori serta pembahasan dari hasil penelitian sejenis sebelumnya yang mendukung dan dapat dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Menjelaskan tentang karakteristik penelitian, objek penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data, responden penelitian, metode pengumpulan data, dan teknis analisis data.

### **4. BAB IV PEMBAHASAN**

Memaparkan data penelitian serta hasil yang diperoleh dari penelitian kemudian disajikan dalam pembahasan yang menyeluruh sesuai dengan tujuan penelitian

### **5. BAB V KESIMPULAN**

Menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan.pada bab sebelumnya yang disesuaikan dengan.kekurangan yang masih ada dalam proses dan hasil penelitian.