

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter

fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (*Mondry, 2008: 13*).

Jelas new media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (new media/media online). Media online/media baru (New Media) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online / Media Baru (New Media).

Internet berawal dari diciptakannya teknologi jaringan komputer sekitar tahun 1960. Jaringan komputer adalah beberapa komputer terhubung satu sama lain dengan memakai kabel dalam satu lokasi, misalnya dalam satu kantor atau gedung. Jaringan komputer ini berfungsi agar pengguna komputer bisa bertukar informasi dan data dengan pengguna komputer lainnya.

Fasilitas internet dapat dinikmati oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Internet juga kini banyak digunakan oleh perusahaan, lembaga pendidikan, lembaga pemerintahan, dan lembaga militer di seluruh dunia untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Bahkan saat ini tengah digalakkan *e-government*, dimana segala aktivitas

pemerintahan dapat diketahui dengan mengakses situs dari setiap lembaga pemerintahan seiring dengan digalakkannya sistem keterbukaan informasi publik.

Era internet adalah era keterbukaan, dengan kehadiran internet maka manusia lebih mudah mengakses berbagai informasi penting. maka internet dapat berfungsi sebagai media komunikasi bagi manusia di berbagai belahan dunia. Penggunaan internet sebagai media komunikasi sudah sangat jamak digunakan saat ini. Media sosial dalam internet membuat komunikasi lebih mudah dan cepat. Kekuatan media sosial yaitu mempengaruhi publiknya, dengan menjadikan media sosial sebagai sarana berbagi dan bertukar informasi. Beberapa contoh media sosial diantaranya *Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram*. Setiap *platform* media sosial memiliki fungsi yang hampir sama namun memiliki keunggulannya masing-masing.

Instagram dalah salah satu konten social media yang berbentuk aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk berbagi foto atau video dengan terlebih dahulu memberikan filter digital kemudian memberikan caption dan membagikannya (Bambang, 2012). Instagram sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai tempat menyebarkan dan mendapatkan informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna instagram melalui foto-foto dan video yang diunggah. Berkembangnya social media yang begitu pesat membuat hampir semua orang memanfaatkan situs-situs

jejaring sosial. Social media saat ini sudah menjadi ruang publik. Inovasi-inovasi platform sosial media baru lainnya seperti media sosial satu ini yaitu

Perkembangan *Public Relation* (PR), baik sebagai ilmu maupun profesi yang dilakukan untuk menunjang kegiatan kehumasaan dilakukan oleh Biro Humas Badan Kepegawaian Negara (BKN). Badan Kepegawaian Negara adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pemerintahan di bidang pendayagunaan aparatur Negara sebagaimana diatur dalam Peraturan Kepala Badan Kepegawaian Nomor 19 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Kepegawaian.

Kedudukan Biro Humas BKN memiliki tugas serta fungsi yang penting dalam melaksanakan hubungan masyarakat, protokol, dan tata usaha Kepala dan Wakil Kepala. Selain itu juga sebagai penyedia layanan informasi kepada publik internal maupun eksternal. Berdasarkan Rencana Strategis (Renstra) BKN periode 2015-2019, layanan informasi BKN dilakukan oleh Biro Humas BKN melalui media cetak, media elektronik informasi dan komunikasi, dan hotline service serta layanan penerimaan tamu secara langsung (audiensi) baik secara resmi maupun tidak resmi. (Rencana strategis badan kepegawaian negara periode , 2015)

Digitalisasi membuat para praktisi PR telah dengan cepat merangkul media sosial dan mempertimbangkannya untuk menjadi bentuk baru dari kehumasan (Grunig, 2009). Hal tersebut berarti bahwa PR dapat menggunakan media sosial untuk merevolusi pekerjaan kehumasan mereka diharapkan bahwa dengan adanya digitalisasi PR menjadi lebih global, strategis, dua arah dan interaktif, simetris atau dialogis, dan bertanggung jawab secara sosial. Namun, tidak dipungkiri jika sebelumnya diungkapkan oleh Grunig bahwa begitu banyak praktisi public relations memandang media sosial digital baru sebagai kekuatan revolusioner yang mengubah cara mereka berpikir dan mengganggu cara mereka dalam mempraktekkan kegiatan kehumasan . (Optimization of Instagram use in the Practice of Government)

Oleh sebab itu, media sosial memungkinkan praktisi PR dalam pemerintahan untuk dapat menginformasikan dan mencari masukan dan pendapat yang relevan dari publiknya. Selain itu, teknologi baru ini memungkinkan para pejabat di pemerintahan untuk membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan utama, yaitu warga yang diwakilinya dan implikasi media sosial bagi pemimpin pemerintah sangat kuat serta dapat mengubah cara pemerintah berkomunikasi dengan publiknya . (Farhatiningsih, 2018)

Dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang *Good Governance* yaitu pemerintahan yang efektif, efisien, transparan, accountable dan dapat dipertanggung jawabkan maka pada tanggal 30 April 2008

Pemerintah Republik Indonesia telah meng-undangkan Undang-Undang No.14 Th.2008 tentang keterbukaan informasi publik selanjutnya disebut dengan UUKIP, diundangkan oleh Lembaran Negara RI No.61 tahun 2008. Kalau sudah diundangkan didalam suatu lembaran Negara berarti semua warga Negara dianggap mengetahui ketentuan hukumnya dan harus mengikuti ketentuan yang berlaku atas undang-undang tersebut, apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang itu maka akan mengakibatkan sanksi hukum sesuai dengan ancaman hukuman yang sudah diatur dalam Undang-undang ini. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008)

Berlandaskan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28 f yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Hak informasi merupakan hak asasi setiap orang yang diakui negara dan dunia, maka hak untuk memperoleh informasi itu merupakan hak setiap orang atau setiap warga Negara untuk memperoleh, mencari dan menyimpan serta memanfaatkannya untuk baik kepentingan pribadi maupun publikasi, semata mata hak untuk mengembangkan pribadi dan kehidupan sosial setiap orang. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008)

Didalam Undang-Undang ini ditegaskan tentang apa yang dimaksud dengan informasi dan apa pula yang dimaksud dengan informasi publik, mengapa dan bagaimana seharusnya dikelola. Sedangkan informasi publik ditegaskan oleh Undang-Undang ini adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan public yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan Negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Public relations dipengaruhi perkembangan teknologi, Khususnya teknologi informasi melalui jaringan internet. Instagram muncul sebagai medium bagi praktik *public relations* untuk memberikan akses langsung dan cepat ke audiens yang lebih spesifik. Salah satu instansi yang menyadari pentingnya kegiatan *public relations* didalam media sosial Instagram.

Perkembangan media sosial tidak terhindarkan lagi mempengaruhi dalam cara kita berkomunikasi, di mana informasi semakin mudah didapatkan dan disebarluaskan.

Tingginya akses media sosial pada akhirnya membuat instansi/lembaga pemerintah termasuk BKN membuat dan mengelola akun resmi *Instagram* untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan publik.

Dalam menyampaikan informasi Humas BKN melalui *Instagram* @Bkngoidofficial selain menyebarkan informasi di *Instagram* bisa berbentuk desain, foto ataupun video. Terkait Program pembangunan kerja yang dilaksanakan oleh BKN maupun informasi terkait CPNS.

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis. Hal ini sesuai dengan Kepala Sub. Bagian Pengelolaan Informasi dan Publikasi, yang mengatakan bahwa:

"Jadi informasi yang disebarkan basicnya bukan hanya di kepegawaian saja, jadi informasi yang umumnya pun juga disebarkan agar masyarakat tidak jenuh dengan isi konten. Terutama seperti peraturan yang terbaru yang dikeluarkan BKN, persyaratan Perekrutan CPNS, kegiatan BKN, Ucapan maupun kegiatan hari besar, Jadi masyarakat luas pun bisa menyerap isi dari informasi yang kita sebar" (Wawancara dengan bapak Lugi Juwono di kantor BKN pada hari Selasa, 10 September 2019 pukul 11.00 WIB)

Di satu sisi, hal tersebut memudahkan dan memberikan keuntungan bagi humas instansi pemerintah dalam mendiseminasikan program-program kegiatan kepada masyarakat. Namun di sisi lain, diperlukan adanya SDM humas yang handal, yang tidak hanya mengerti pengoperasian media sosial, tetapi juga memiliki rasa kritis.

Seiring dengan perkembangan keterbukaan informasi publik, peran humas semakin strategis. Sebagai komunikator publik, fungsi humas pemerintah harus mensosialisasikan menyebarkan kebijakan instansinya, memberikan pelayanan, menyebarkan pesan atau informasi di media sosial Instagram serta mengedukasi masyarakat

mengenai kebijakan. Humas juga bertindak sebagai mediator yang proaktif dalam memberikan dan menjembatani kepentingan instansi pemerintah dan menampung aspirasi saran yang diberikan publiknya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penulis bermaksud untuk meneliti terkait peran humas pemerintah dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam mengelola, menyebarkan informasi terkait kebijakan dari Instansi pemerintah Pengelolaan Instagram Sebagai Media Penyampaian Informasi Publik Oleh Humas BKN juga melakukan komunikasi dua arah kepada publiknya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari Latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah Bagaimana Fungsi Media Sosial Instagram Badan Kepegawaian Negara (BKN) dalam Keterbukaan informasi publik melalui akun resmi Instagram @bkngoidofficial?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

"Social Media's Function Organizations: A Functional Analysis Approach" mengemukakan empat fungsi media sosial yang dapat diterapkan pada hubungan komunikasi antara organisasi dan publiknya berdasarkan pada berbagai penelitian terkini dalam literatur bidang *public relations*, seperti mempertahankan identitas organisasi, kesempatan dalam membangun hubungan,

kemampuan untuk mengontrol manajemen isu, dan kesempatan untuk mempromosikan CSR.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian terdahulu di lingkungan serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan menambah wawasan kepada mahasiswa ilmu komunikasi dibidang kehumasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi Humas mengenai pengelolaan Instagram oleh lembaga pemerintah.