

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang paling akrab dengan masyarakat. Media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan berbagi konten yang berisi informasi, opini, dan minat dalam konteks yang beragam kepada khalayak yang luas. Oleh karena itu, media sosial mempunyai efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens.

Sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi, tentu saja media sosial menawarkan berbagai manfaat bagi para penggunanya. Media sosial tidak hanya diperuntukan untuk suatu individu namun kini juga dapat digunakan oleh perusahaan, organisasi, pembisnis dan bahkan instansi pemerintahan. Instansi Pemerintah di era modern ini sangat terbantu dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Media sosial dapat dijadikan sebagai *platform* bagi humas pemerintahan dalam menjalankan komunikasi publik. Transparansi dan interaksi dengan masyarakat menjadi lebih mudah. Adanya media sosial dan internet juga membuat rakyat lebih aktif mengawasi jalannya layanan publik.

Kanal media sosial sendiri sangat banyak di Indonesia, salah satu kanal media sosial paling banyak digunakan adalah Instagram. Instagram

memiliki daya tarik yang berbeda karena memberikan ruang untuk berinteraksi dengan para pengikutnya dengan berbagai fitur-fitur yang selalu berkembang, sehingga bukan hanya sebuah platform untuk sekedar berbagi foto dan video.

Berbagai instansi pemerintahan di Indonesia sudah memiliki akun resmi Instagram. Seperti halnya instansi pemerintahan di bidang kebudayaan yang ada di DKI Jakarta yaitu Dinas Kebudayaan DKI Jakarta beserta Suku Dinas Kebudayaan yang ada di tiap kota atau kabupaten administrasi. Berikut adalah informasi terkait data *username*, jumlah unggahan dan jumlah pengikut instansi kebudayaan di DKI Jakarta.

**Tabel 1.1**

**Akun Instagram Instansi Pemerintahan Bidang Kebudayaan di DKI Jakarta**

No	Nama Pengguna	Nama wilayah	Jumlah Unggahan	Jumlah Pengikut
1	@disbuddki	DKI Jakarta	3.387	49.200
2	@kebudayaanjaktim	Jakarta Timur	3.970	6.169
3	@sudinbud.jaksel	Jakarta Selatan	3.074	3.928
4	@sudinkebudayaanjakpus	Jakara Pusat	1,134	1,333
5	@sudinbudjakbar	Jakarta Barat	200	2,192
6	@sudinkebudayaanjakut	Jakarta Utara	331	1.388
7	@sudinkebudayaankepseribu	Kepualauan Seribu	153	710

Sumber : <https://www.Instagram.com> Diakses pada

5 Desember 2023

Pada tabel 1.1 di atas, diketahui tiap Instansi Kebudayaan yang ada di DKI Jakarta memiliki jumlah unggahan yang berbeda-beda. Jumlah pengikut dan unggahan terbanyak dimiliki oleh Dinas Kebudayaan DKI Jakarta dengan 3.387 unggahan dan 49.200 pengikut. Sedangkan di posisi terbawah ada Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dengan 153 unggahan dan 710 pengikut.

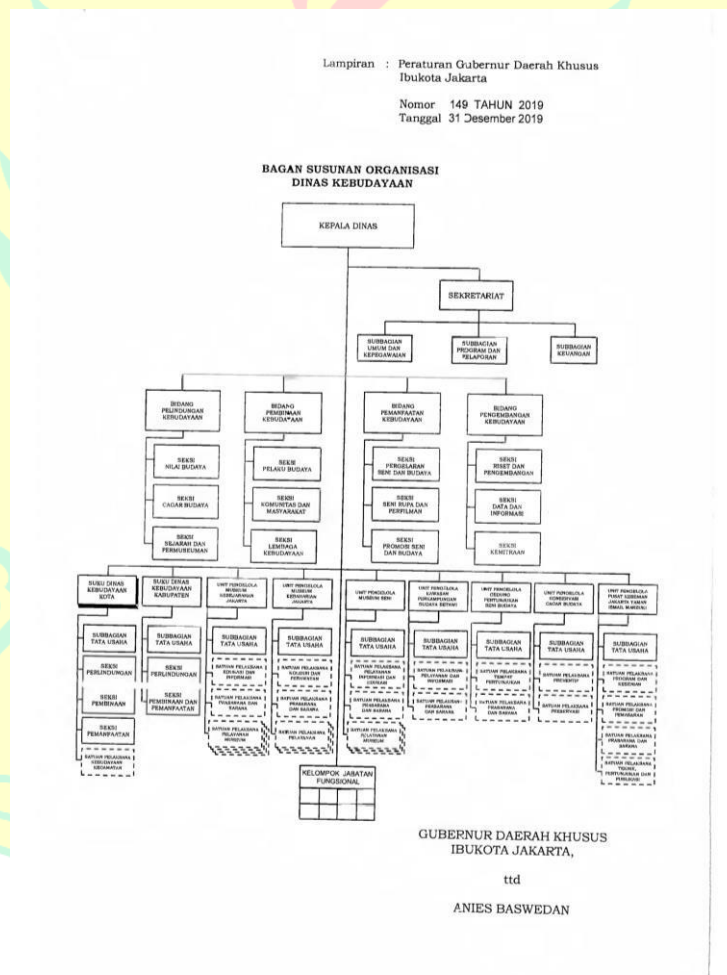
Diketahui jumlah pengikut dan unggahan akun instagram @sudinkebudayaankepseribu milik Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu tergolong sedikit dibandingkan dengan instansi yang lain sebab akun @sudinkebudayaankepseribu baru saja di buat di tahun 2022. Sebelumnya Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu memiliki akun Instagram lainnya, namun karena satu dan lain hal membuat Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu membuat akun Instagram baru.

Selain itu beberapa akun Instagram milik Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi DKI Jakarta yang lainnya melanjutkan penggunaan akun Instagram saat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih berada di satu naungan pemerintahan yang sama sehingga memiliki jumlah pengikut dan unggahan yang jauh lebih banyak.

Jika dilihat berdasarkan sejarah, pada tahun 2001 berdasarkan Keputusan Gubernur Nomor 137 Tahun 2001, instansi Dinas Kebudayaan memiliki nama Dinas Kebudayaan dan Permuseuman. Lalu di tahun 2008 Dinas Pariwisata yang berafiliasi pada Dinas Kebudayaan dan

Permuseuman pada akhirnya digabung menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Namun dengan adanya perubahan dalam hal birokrasi, maka Dinas Kebudayaan berdiri sendiri dengan organisasi dan tata kerja seperti yang tertuang pada Peraturan Gubernur Nomor 149 Tahun 2019. Berikut substruktur organisasi dan tata kerja seperti yang tertuang pada Peraturan Gubernur Nomor 149 Tahun 2019 (Peraturan Gubernur, 2019).

**Gambar 1. 1**  
**Substruktur Organisasi Dinas Kebudayaan DKI Jakarta Tahun 2022**



Sumber : <https://www.disbuddki.com> Diakses pada

5 Desember 2022

Dengan adanya perubahan dalam hal birokrasi yang tercantum dalam Peraturan Gubernur Nomor 149 Tahun 2019 tersebut, maka Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu baru berdiri sendiri selama 3 tahun terhitung sejak tahun 2019. Sehingga dengan usia instansi yang tergolong muda dibutuhkan media untuk meningkatkan citra positif dimata publik. Berkaitan dengan hal tersebut Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu mengoptimalkan penggunaan akun resmi media sosial instagram dengan *username* @sudinkebudayaankepseribu

### Gambar 1. 2

#### Profile Akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu



Sumber : <https://www.Instagram.com> Diakses pada

5 Desember 2023

Melalui akun media sosial Instagram @sudinkebudayaankepseribu, penyebaran informasi-infomasi terkait kebudayaan akan tersebar luas, bukan hanya untuk masyarakat Indonesia, namun kepada seluruh penjuru dunia. Akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu digunakan untuk

menyebarkan memberikan informasi terkait kegiatan-kegiatan Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dalam upaya melestarikan budaya.

Selain itu banyaknya konten-konten Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu yang diunggah pada akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu merupakan upaya memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk membentuk citra positif. Namun berdasarkan hasil pengamatan penulis pada akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu, akun tersebut jarang menanggapi umpan balik dari *followers* pada kolom komentar.

Citra memang muncul berdasarkan pengalaman publik ketika berhubungan dengan organisasi atau instansi serta berbagai informasi yang didapatkan publik melalui media. Citra sendiri adalah gambaran atau persepsi atas jati diri atau bentuk orang perseorang, benda, atau organisasi. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas pengetahuan mereka tentang perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu konten-konten yang disajikan pada akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu harus mampu meningkatkan kepercayaan dan citra instansi, berkomunikasi dengan masyarakat, serta mempromosikan kebudayaan yang ada di Kepulauan Seribu.

Terdapat beberapa penelitian sejenis yang juga memanfaatkan media sosial dalam membangun citra, pertama yaitu penelitian berjudul “Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas



Airlangga Surabaya” yang ditulis oleh Dinda Marta Almas Zakirah dalam Jurnal Kopis di tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana mahasiswa dan mahasiswi Universitas Airlangga membentuk citra diri di media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tektik pengumpulan data berupa wawancara (Zakirah, 2020).

Penelitian ini menggunakan teori hiperrealitas dan net generatio. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa mahasiswa UNAIR memang membentuk citra diri di media sosial Instagram. Cara mahasiswa untuk membentuk citra diri mereka dengan cara memberikan editan yang sesuai dengan foto yang akan dibagikan di Instagram, kemudian pemilihan lokasi dan angel dalam sebuah foto. Selain itu, tidak sepenuhnya membentuk citra diri di media sosial mendapatkan dampak yang negatif (Zakirah, 2020).

Kedua, yaitu penelitian berjudul “Membangun Citra Perusahaan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah melalui pemanfaatan Instagram” yang ditulis oleh Setiawan pada tahun 2021. Penelitian menunjukkan bahwa Grand Dafam Rohan Syariah menggunakan strategi dalam mempromosikan hotelnya dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Instagram media sosial hotel yang mengkomunikasikan pesan, bangun merek dan persepsi masyarakat setelah melihat *postingan* di akun Instagramnya. Namun, sebagai hotel baru tetap membutuhkan waktu untuk

mencapai apa yang diharapkan perusahaan. Jadi dibutuhkan konsistensi untuk mewujudkan tujuannya dari Grand Dafam Hotel Rohan.

Dengan membangun citra positif maka akan memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati masyarakat atau publik. Berdasarkan dari latar belakang ini peneliti ingin meneliti terkait media sosial akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu dalam membentuk citra dari instansi Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu.

## **B. Fokus Penelitian**

Seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang paling akrab dengan masyarakat.. Salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang banyak di Indonesia adalah Instagram.

Aplikasi Instagram digemari karena bukan hanya diperuntukan untuk penggunaan individu namun juga tersedia untuk organisasi, instansi, atau perusahaan. Sehingga di era modern saat ini instansi pemerintah pun juga terbantu dengan adanya media sosial Instagram, tak terkecuali Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu yang berdasarkan peraturan Gubernur No 149 tahun 2019 instansi ini baru berdiri sendiri selama 3 tahun terhitung sejak tahun 2019. Dengan usia instansi yang tergolong muda maka dibutuhkan media untuk berinteraksi dan



transparansi kepada publik sehingga dapat membangun citra positif bagi instansi. Adapun akun Instagram yang dimiliki yaitu @sudinkebudayaankepseribu.

Sayangnya akun Instagram ini masih memiliki jumlah pengikut dan unggahan yang tergolong sedikit dibandingkan instansi yang lain. Diketahui hal ini disebabkan akun @sudinkebudayaankepseribu baru saja di buat kembali di tahun 2022, selain itu beberapa akun Instagram milik Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi DKI Jakarta yang lainnya melanjutkan penggunaan akun Instagram saat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih berada di satu naungan pemerintahan yang sama sehingga memiliki jumlah pengikut dan unggahan lebih banyak.

Citra dapat terbentuk dengan pengalaman publik ketika berhubungan dengan organisasi serta berbagai informasi yang di dapatkan melalui media. Maka dari itu akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu harus dimanfaatkan dengan baik dengan menyajikan konten-konten yang mampu meningkatkan kepercayaan dan citra instansi, berkomunikasi dengan masyarakat, serta mempromosikan kebudayaan yang ada di Kepulauan Seribu.

Terutama cukup jarang masyarakat yang mengetahui warisan budaya apa saja yang ada di kepulauan seribu. Sehingga menjadi tanggung jawab dan tugas besar bagi Sudin Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dalam memperkenalkan kebudayaan yang ada di wilayah Kepulauan Seribu.

Berdasarkan data tersebut maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu bagaimana akun media sosial Instagram @sudinkebudayaankepseribu dalam membentuk citra Instansi Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu?

### **C. Tujuan Penelitian**

Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu memanfaatkan akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu untuk berinteraksi dan memberikan informasi kepada publik serta membangun citra positif bagi instansi. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akun media sosial Instagram @sudinkebudayaankepseribu dalam membentuk citra Instansi Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dalam melakukan penelitian berjudul Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Citra Instansi Suku Dinas Kebudayaan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu Studi Deskriptif pada akun Instagram @sudinkebudayaankepseribu yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian Akademis: Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam mengembangkan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi khususnya bidang media baru dan media sosial.

2. Manfaat Penelitian Praktis: Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para praktisi dan peneliti-peneliti lainnya dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan media sosial.

