

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

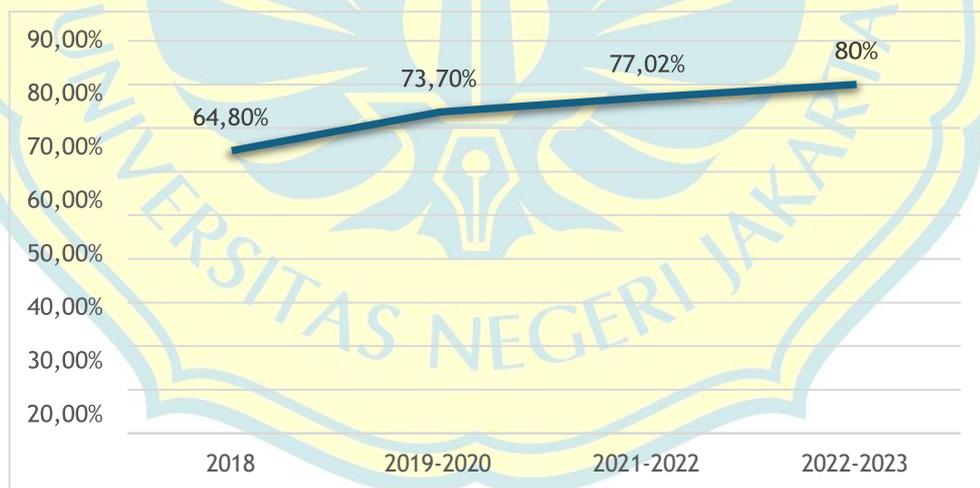
Di era globalisasi saat ini perkembangan pada bidang teknologi dan internet telah mengalami peningkatan yang begitu cepat dan juga pesat. Perkembangan internet telah memberikan banyak pengaruh bagi kehidupan manusia. Perkembangan internet juga memberikan pengaruh terhadap gaya hidup manusia ke arah yang lebih modern dengan mengikuti perkembangan zaman yang ada. Hal ini tentunya juga akan memberikan dampak yang besar dalam berbagai aspek, terutama pada kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.

Internet kini telah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Dengan adanya internet yang semakin canggih dan dilengkapi dengan fitur- fitur yang update, manusia di berbagai belahan dunia dapat terhubung tanpa adanya batasan jarak maupun waktu. Perkembangan internet juga telah mengubah pola dan cara berpikir manusia, cara manusia bersosialisasi, cara manusia berkomunikasi, cara bersikap, dan bahkan mengubah pola perilaku, serta kebiasaan manusia. Dengan banyaknya perubahan yang terjadi pada kehidupan manusia, adanya perkembangan internet juga memberikan kesempatan dan peluang yang besar bagi para pelaku usaha atau bisnis dalam menjalankan usaha atau bisnisnya serta menciptakan berbagai layanan yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan

manusia. Teknologi dan internet memiliki peran yang penting dalam menjalankan berbagai aktivitas kehidupan. Internet memiliki peranan yang besar, sekaligus menjadi solusi terbaik bagi manusia untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.

Dilansir dari indonesiabaik.id hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Hal ini dapat diketahui pada tabel 1.1.

Tabel 1.1



Tren Persentase Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: indonesiabaik.id

Berdasarkan tabel 1.1 tren persentase pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, persentase

pengguna internet di Tanah Air mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019- 2020. Kemudian, pada 2021-2022 tingkat persentase pengguna internet kembali meningkat. Dengan kata lain, tingkat persentase pengguna internet mencapai 77,02% dan berada di angka 80% di tahun 2022-2023. Artinya, masyarakat Indonesia semakin mengenal dengan internet. Berdasarkan data pada tabel 1.1 yang ditemukan di beberapa situs berita, 87% responden memiliki akun media sosial yang aktif dalam sebulan terakhir.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi dan internet. Media sosial atau sering juga disebut sebagai social media adalah perantara digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan perantara digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial merupakan media online, yaitu media yang hanya ada dengan menggunakan internet dimana para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri, dan menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Media sosial mengikut semua pihak yang berkepentingan untuk berkontribusi

dengan membuat pernyataan dan opini publik, berkomentar dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batas (Machidhar dkk., 2022, hlm. 2).¹

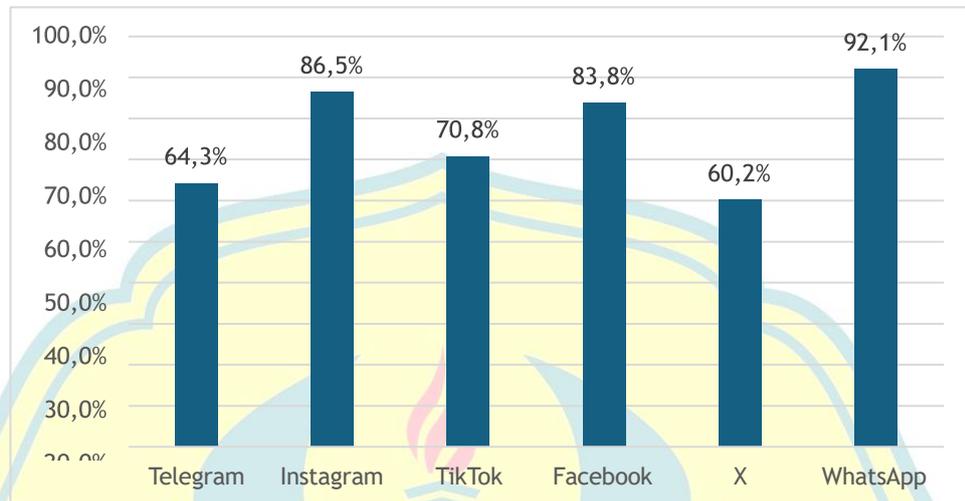
Terdapat beragam jenis media sosial, antara lain youtube, twitter, tiktok, facebook, whatsapp, instagram, dll. Media sosial tersebut digunakan dengan berbagai tujuan, seperti hiburan, menyebarkan informasi, sebagai media pemasaran, berdiskusi, bahkan saat ini media sosial digunakan sebagai media edukasi. Dengan media sosial setiap orang dapat mengakses berbagai informasi dan konten edukasi dengan cepat dan mudah.

Salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak adalah instagram. Instagram merupakan platform berbasis visual yang dilengkapi dengan berbagai fitur. Di tahun 2022 pengguna aktif Instagram mencapai 2 miliar dengan rentang 18-48 tahun. Pengguna instagram menggunakan instagram dengan berbagai macam tujuan, yaitu untuk mendapatkan hiburan, mendapatkan informasi, mencari produk/jasa, bahkan banyak pengguna instagram yang menggunakan

¹ Machidhar, A. S., Wangi, M. S., & Siswanta. (2022). *Efektivitas penggunaan media sosial YouTube sebagai media penyebaran informasi pada Channel YouTube Diskominfo Boyolali*. *Solidaritas*, 6(1), Art. 1.
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/6840>

instagram untuk mengakses informasi seperti konten-konten edukasi.

Hal ini diketahui pada tabel 1.2



Tabel 1.2

Akun Media Sosial yang Aktif Tahun 2022

Sumber: WeAreSocial, 2023, hlm. 56

Menurut data We Are Social yang merujuk pada data reportal.com, media sosial yang paling banyak telusuri diantaranya, Telegram (64,3%), Instagram (86,5%), Tiktok (70,8%), Facebook (83,8%), X (60,2%), dan WhatsApp (92,1%) (WeAreSocial, 2023, hlm. 56). Dengan demikian, Instagram merupakan media sosial populer yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, walaupun pengguna kedua dari Youtube menurut data survei dari CNN Indonesia, pengguna keempat dari WhatsApp, Facebook, dan Youtube menurut data survei dari katadata.com, dan pengguna kedua dari WhatsApp menurut data survei dari WeAreSocial.

Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pembelajaran memiliki dampak positif terhadap pembelajaran. Dalam proses pembelajaran pengetahuan dikenal istilah *knowledge sharing*. Melalui *knowledge sharing*, setiap orang dapat memahami pengetahuan melalui suatu proses penciptaan dan pengembangan pengetahuan itu sendiri. Menurut Subagyo dalam Firmaiansyah (2014) *knowledge sharing*, atau berbagi pengetahuan merupakan salah satu metode atau salah satu langkah dalam manajemen pengetahuan yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada anggota suatu kelompok, organisasi, instansi, atau perusahaan untuk berbagi ilmu pengetahuan, teknik, pengalaman dan ide yang mereka miliki kepada anggota lainnya. Pendapat lain tentang *knowledge sharing* yaitu Menurut Triana dalam Ikrahmawati (2016) berbagi pengetahuan merupakan proses yang sistematis dalam penyampaian pesan antar individu maupun organisasi melalui media yang beragam. Melalui berbagi pengetahuan semua anggota organisasi dapat dengan mudah membagikan pengalaman terbaiknya, menciptakan ide baru yang segar, serta menghemat banyak waktu untuk memecahkan suatu masalah. Perusahaan tidak akan mampu menciptakan pengetahuan tanpa tindakan dan interaksi dari para karyawannya. Di sinilah pentingnya perilaku para pegawai melakukan berbagi pengetahuan yang selanjutnya dapat menghasilkan suatu sikap yang inovatif yang memiliki manfaat bagi perusahaan.

Inspektorat Jenderal Kemendikbudristek adalah Aparat Pengawasan Internal Pemerintah (APIP) di lingkungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Itjen Kemendikbudristek berlokasi di Gedung B, Kemendikbudristek, Jl. Jenderal Sudirman No.1, RW.3, Senayan, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Akun Instagram @itjen_kemdikbud ini dimiliki oleh Inspektorat Jenderal Kemendikbudristek setiap video dan foto yang di unggah selalu bertemakan konten-konten yang edukatif seperti perundungan, kekerasan seksual, intoleransi, sesala bahasa, budaya, korupsi, gratifikasi, reels, games, dan kata-kata bijak. Adanya akun instagram @itjen_kemdikbud membantu dalam menyebarkan pesan-pesan edukatif dengan cara yang berbeda. Inspektorat Jenderal Kemendikbud memanfaatkan teknologi komunikasi dalam memberi pengetahuan yang edukatif.

Seiring dengan berkembangnya penggunaan sosial media, terutama Instagram, telah menjadi sarana yang sangat populer untuk berbagi informasi dan pengetahuan di era digital saat ini. Pemerintah dan lembaga pendidikan, termasuk Inspektorat Jenderal Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (ITJEN Kemendikbudristek), semakin aktif menggunakan platform ini untuk menyampaikan konten edukatif kepada para pegawai Itjen Kemendikbud. Dengan banyaknya jumlah penggunaan platform sosial

media khususnya Instagram, kini Instagram dapat memberikan pengaruh yang cukup besar pada pegawai Itjen Kemendikbud. Namun, perlu dilakukan survei terhadap tinggi atau rendahnya pemanfaatan instagram @itjen_kemdikbud dalam mewadahi *Knowledge Sharing* pada pegawai Itjen Kemendikbudristek menjadi tantangan penting dalam menghadapi perubahan kompleks para pegawai Itjen Kemendikbud.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini untuk meneliti lebih lanjut dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @itjen_kemdikbud Dalam Mewadahi *Knowledge Sharing* Pada Pegawai Itjen Kemendikbudristek”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet pada saat ini maka platform media sosial pun makin banyak dan penggunaan media sosial dapat digunakan oleh para pemilik Instansi atau perusahaan untuk mewadahi *Knowledge Sharing*. Maka permasalahan umum penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemanfaatan Instagram @itjen_kemdikbud dalam mewadahi *Knowledge Sharing* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen Kemendikbudristek?
2. Apakah ada tingkat partisipasi pegawai dalam mewadahi *Knowledge Sharing* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen Kemendikbudristek?

3. Langkah apa saja yang dapat ditempuh untuk memanfaatkan Instagram sebagai wadah *Knowledge Sharing* pada para pegawai Divisi Tata Usaha Itjen Kemendikbud?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang teridentifikasi diatas maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu: mendeskripsikan pemanfaatan Instagram dalam mewadahi *Knowledge Sharing* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen Kemendikbudristek.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram dalam mewadahi *Knowledge Sharing* yang terdiri dari *knowledge collecting* dan *knowlegde donating* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen kemendikbudristek”.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik *knowledge sharing* pada instagram Itjen Kemendikbudristek yang terdiri dari *knowledge collecting* dan *knowlegde donating* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen Kemendikbudristek.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur untuk penelitian di masa yang akan datang, menambah perbendaharaan pustaka, dan pengetahuan mengenai pemanfaatan Instagram dalam mewujudkan *Knowledge Sharing* pada pegawai Divisi Tata Usaha Itjen kemendikbudristek.

2. Manfaat Praktis

Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi ilmiah dan referensi yang dapat dievaluasi. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman peneliti untuk digunakan di masa mendatang. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi sumber referensi bagi peneliti yang akan datang.