

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Akun Twitter @HumasBDG adalah sebuah akun twitter milik pemerintahan Kota Bandung dikelola oleh bagian hubungan masyarakat Kota Bandung yang menyediakan informasi-informasi seputar Kota Bandung. @HumasBDG merupakan satu-satunya akun yang dikelola pemerintah Kota Bandung yang menyediakan informasi umum. Pemerintah Kota Bandung memanfaatkan Twitter sebagai salah satu gerakan pemerintah untuk menjalani *E-Government* atau bisa dibidang pemerintah yang memanfaatkan internet sebagai media penyebaran informasi dan lain-lainnya demi memudahkan masyarakat untuk lebih tau keadaan sebuah kota dan memudahkan masyarakat berkomunikasi kepada pemerintahan.

1.2 Latar Belakang

Melihat perkembangannya, internet sudah bukan merupakan barang mewah lagi dan sudah dapat dengan mudah diakses. Sekarang internet sudah menjadi hal yang wajib untuk semua kalangan terutama kalangan anak muda. Internet sudah dapat diakses dengan mudah dan dimana saja berbeda dengan zaman dulu. Dulu untuk mengakses internet kita harus pergi ke warung internet (warnet) yang banyak dimana-mana. Namun sekarang mengakses internet bisa melalui handphone yang selalu kita pegang dimana pun dan kapan pun. Munculnya internet juga memaksa media-media yang lama mengikuti teknologi pada saat ini.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survey mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017, hasilnya mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yakni pada tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta. Jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencapai 54,68% dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang. Adapun berdasarkan usia, sebanyak 75,50% pengguna berusia 13-18 tahun dan 74,23% berusia 19-34 tahun. Lalu, persentase pengguna internet berusia 35-54 tahun mencapai 44,06%. Pengguna internet berusia 54 tahun ke atas mencapai 15,72%. Berdasarkan wilayah, 58,08%

pengguna internet berada di Pulau Jawa. Lalu, 19% berada di Sumatera, 7,97% di Kalimantan, 5,63% berada di Bali dan Nusa Tenggara, 6,73% berada di Sulawesi, serta 2,49% di Maluku dan Papua. (www.apjii.or.id , diakses pada 15 Januari 2019). Dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan internet Indonesia lebih banyak dari pada yang tidak menggunakannya dan angka tersebut akan terus meningkat setiap tahunnya.

Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi Z atau bisa disebut *iGeneration* (generasi internet) dimana mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti meng-tweet menggunakan ponsel dan *browsing* lewat PC. Perhitungan generasi Z dimulai dari anak tahun kelahiran 1995-2010 (Codrington, 2004). Generasi yang lahir pada era digital, dimana smartphone dan internet sudah menjadi satu yang tidak bisa dipisahkan keduanya. Karena dengan menggunakan smartphone dan internet, semua akan menjadi lebih mudah dalam hal pencarian informasi dan kebutuhan kita tanpa perlu mengeluarkan uang yang banyak. Banyak dari pengguna internet yang menggunakannya untuk hal lain dan maksud tujuan yang tertentu. Maka dari itu internet sangat berpengaruh besar dalam kehidupan manusia pada zaman sekarang yang modern ini.

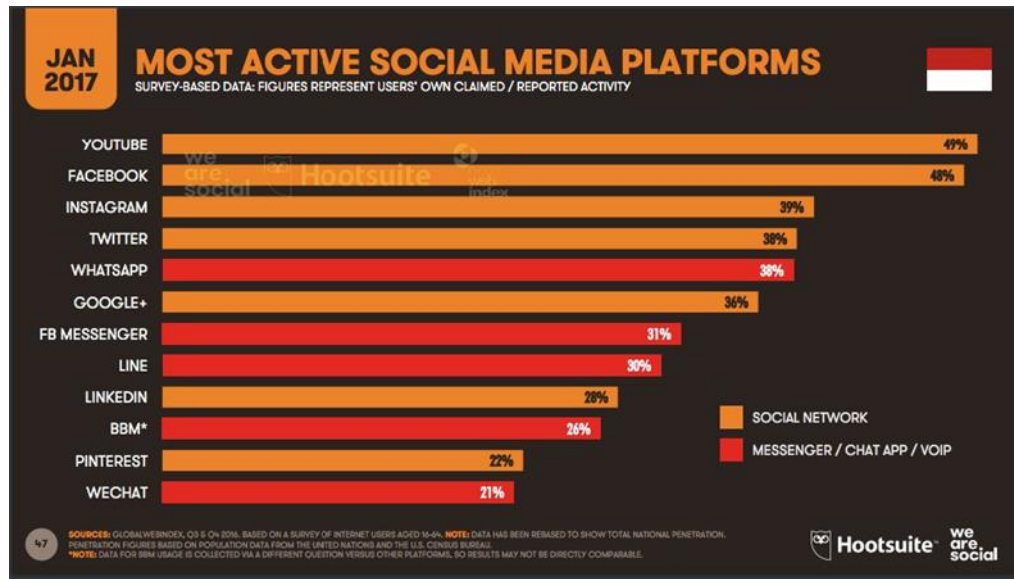
Media dan teknologi baru telah memberikan cara baru untuk kita mendapatkan gagasan dan informasi, cara baru berinteraksi dengan teman dan orang asing, dan cara baru untuk melihat dunia, identitas kita dan masa depan. Jutaan orang saat ini berinteraksi melalui apa yang disebut sebagai *cyberspace*, yaitu sebuah dunia yang terhubung dengan komputer dan internet. Melalui media baru, sosial media diperkenalkan. Sosial media menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan besar dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang sering dilakukan saat ini lebih sering dilakukan melalui internet, yaitu sosial media.

Menurut Evans dalam buku "*Social Media Marketing An Hour A Day I*" menyebutkan media sosial adalah demokrasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Hal ini adalah pergeseran dari mekanisme siaran dari sebuah model ke banyak model, yang berakar dari percakapan antara peneliti, orang dan rekan-rekan. Media sosial menggunakan "konsep orang banyak" agar dapat terhubung dengan informasi secara bersama-

sama. Media sosial adalah media yang berbasis internet yang berguna untuk menghubungkan ke semua orang yang ada di bumi ini yang biasa diakses melalui komputer atau smartphone (Evans, 2008:33). Saat ini sudah banyak platform media sosial yang muncul seperti Facebook, Twitter, Instagram, Telegram dan lain-lain.

Sebuah kelompok penelitian yang dipimpin Jack Dorsey mengusulkan sistem siaran SMS. Dan dengan demikian Twitter dibangun pada maret 2006. Tahun berikutnya, di *south by southwest Interactive conference*, layanan tersebut mencapai titik kritis pertama ketika pengguna melonjak dari 20.000 pesan per hari hingga 60.000 pesan per hari. Dari situlah pada mei 2011 sistem *microblogging* beroperasi (Zarella, 2010:33). Semakin suksesnya twitter di dunia, fungsi dari twitter itu sendiri bisa digunakan untuk apa saja seperti kampanye politik, bisnis online, sarana proses, berbagai informasi mulai dari sesama pengguna sampai pemerintahan, dan masih banyak lagi. Twitter memiliki banyak fitur didalamnya dimana pengguna dapat memposting ulang tweet (retweet) dari orang lain agar orang yang sudah memfollow kita dapat mengetahui informasi baru, dapat mengunggah foto dan video, status agar teman kita dapat melihat kegiatan apa yang sedang kita lakukan atau informasi apa yang baru kita dapatkan. Sampai sekarang twitter sudah banyak mengeluarkan fitur-fitur baru dan memiliki kelebihan baru dalam menyediakan informasi sangat cepat agar memenuhi kebutuhan para penggunanya.

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Terbanyak



(Sumber: www.hootsuite.com 2017)

Hootsuite mengeluarkan hasil survey yang menjelaskan mengenai platform sosial media apa yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan Gambar 1.1, platform sosial media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah Youtube dengan perolehan 49%. Peringkat kedua diduduki oleh Facebook sebanyak 48%, diposisi ketiga ditempati oleh Instagram dengan pengguna sebanyak 39%, sedangkan twitter berada pada posisi keempat dengan pengguna sebanyak 38%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa twitter memasuki peringkat 5 tertinggi dalam *most active social media platforms* di Indonesia. Dengan masuknya twitter di peringkat 5 tertinggi menggambarkan bahwa twitter masih banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Sekarang twitter tidak hanya digunakan perorang, namun banyak digunakan untuk kepentingan instansi besar contohnya pemerintahan. Pemerintahan menggunakan twitter untuk menjalankan pembangunan dan menyebarkan informasi yang terkait kota pemerintahan tersebut. Penggunaan media sosial untuk pemerintahan bisa disebut juga dengan E-Government. E-Government adalah suatu mekanisme interaksi baru antara pemerintah dengan masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, dimana pemanfaatan teknologi informasi dan teknologi komunikasi dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan publik (Indrajat, 2002:11).

Media sosial yang digunakan pemerintahan kota diharapkan dapat membuat kemudahan dalam hal penyebaran informasi kepada masyarakat yang membutuhkan dan pelayanan publik yang lebih baik dari sebelumnya, tetapi kenyataannya tidak mudah seperti yang dibayangkan. Perserikatan bangsa-bangsa (PBB) melakukan survey peringkat E-Government Development Index (EGDI) pada tahun 2018. Hasil yang didapatkan, Indonesia mendapat peringkat ke-107, naik 9 peringkat dibandingkan tahun 2017 yang menduduki peringkat 116. Peringkat Indonesia masih jauh dibawah negara-negara di ASEAN seperti Singapura (peringkat ke-7 EGDI), Malaysia (peringkat ke-48 EGDI), Brunei Darussalam (peringkat ke-59 EGDI), Thailand (peringkat ke-73 EGDI), Philippines (peringkat ke-75 EGDI), dan Vietnam (peringkat ke-88 EGDI) (<https://bpptik.kominfo.go.id>). Dari data-data tersebut dapat diketahui bahwa E-Government di Indonesia bisa dibilang cukup tinggi. Hal ini mendorong pemerintah ikut memanfaatkan twitter untuk menyebarkan informasi mengenai kota pemerintahan kepada masyarakat. Dengan menggunakan twitter, memudahkan pemerintah menyebarkan informasi baik merupakan edukasi, lokasi, program dan kebijakan, pencapaian prestasi, keberhasilan pembangunan dan juga peresmian suatu tempat atau jabatan.

Di Indonesia sudah banyak instansi pemerintah menggunakan twitter untuk penyebaran informasi salah satunya Kota Bandung. Dengan menggunakan twitter, pemerintah Kota Bandung melalui humas Bandung dapat melakukan komunikasi dan penyebaran informasi yang lebih efektif serta mendapatkan *feedback* dari masyarakat. Selain akun twitter, humas Bandung juga aktif dalam media sosial lain seperti facebook dan instagram. Dari berbagai media sosial yang ada, humas kota Bandung lebih aktif memanfaatkan twitter agar mempermudah masyarakat mengakses informasi yang ada dan biasanya dalam tweet humas kota Bandung diselipkan *hyperlink* yang akan diteruskan ke media lain untuk melihat mini artikel yang lebih lengkap dikarenakan setiap tweet hanya mempunyai maksimal 140 karakter. Dengan kata lain media merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat luas (Tamburaka, 2013:13). Hal ini adalah upaya pemerintahan dalam menyempurnakan pemerintahan berbasis elektronik dengan

tujuan meningkatkan kualitas pelayanan publik yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi.

Komunikasi adalah salah satu faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia. Tanpa adanya komunikasi, manusia tidak mungkin dapat berkembang dengan normal dalam lingkungan sosialnya. Dalam komunikasi juga perlu yang namanya efektivitas. Efektivitas sendiri mengartikan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan dalam suatu proses. Bila digabungkan efektivitas komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang mampu mencapai tujuan dari isi pesan dan memberikan umpan balik (*feedback*) sehingga pesan pun berhasil tersampaikan dan menimbulkan komunikasi yang efektif. Menurut Kelman (1975) komunikasi yang efektif akan terjadi jika komunikan mengalami internalisasi. (*internalization*), identifikasi-diri (*self identification*) dan ketundukan (*compliance*). (Hamidi, 2010:72).

Akun twitter yang digunakan pemerintah kota Bandung dalam penyampaian informasi yaitu @HumasBDG. Humas Bandung memulai menggunakan twitter pada bulan Oktober 2013. Akun ini milik pemerintah Kota Bandung dikelola langsung oleh Humas Kota Bandung dan juga merupakan akun yang memiliki lebih banyak followers dibandingkan akun lain yang menyediakan informasi yang sama. Saat ini akun @HumasBDG telah di follow oleh 45.100 orang dan sudah memposting 71.900 post mengenai informasi yang ada dikota Bandung. Dengan adanya akun ini, masyarakat kota Bandung dapat lebih mudah memperoleh informasi mengenai nama daerah, kegiatan yang dilakukan pemerintah, prestasi yang dicapai kota Bandung, dan masih banyak lagi.

Gambar 1.2 Akun Twitter Humas Kota Bandung @HumasBDG



(Sumber: <https://twitter.com/HumasBdg>)

Menurut informasi yang didapat dari Bapak Jeni saat bertemu di gedung Balai Kota Bandung, akun twitter yang dikelola Pemerintah Kota Bandung dan yang menyediakan informasi umum mengenai Kota Bandung hanya lah akun @HumasBDG. Pemerintah Kota Bandung sebenarnya mempunyai banyak akun twitter yang menyediakan informasi seputar Kota Bandung, namun dikelompokan tergantung informasi yang dibutuhkan masyarakatnya seperti contoh akun @disdik_bandung. Akun tersebut adalah akun milik Pemerintah Kota Bandung yang dispesifikan menyalurkan informasi mengenai pendidikan Kota Bandung. Contoh lain adalah akun @bppdkotabdg. Akun tersebut menyediakan informasi seputar pajak daerah.

Informasi yang disampaikan di twitter @HumasBDG kebanyakan adalah informasi umum yang terjadi di Bandung. Informasi umum tentang kota Bandung yang hanya diberikan pada twitter @HumasBDG membuat informasi yang di *upload* di Twitter harus semaksimal mungkin agar mudah dimengerti oleh *followers*-nya. Untuk memenuhi kebutuhan informasinya, masyarakat kota Bandung membutuhkan sebuah media yang memepermudah mendapatkan informasi. Media sosial Twitter yang merupakan salah satunya media yang digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang diberikan oleh Humas Bandung. Sebagai media sosial yang berbasis internet, Twitter memberikan kemudahan bagi penggunaanya, begitu pula dengan Twitter @HumasBDG.

Dengan berbagai penjelasan diatas, mulai dari perkembangan media internet informasi dan komunikasi, mulainya Pemerintahan Kota Bandung menggunakan media sosial untuk mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat kota Bandung, dan naiknya peringkat Indonesia di dunia dalam menjalankan E-Government, penulis ingin mengetahui seberapa efektivitas akun twitter humas kota Bandung @HumasBDG dalam menjalankan fungsi dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat kota Bandung. Jadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @HumasBDG Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung**”.

1.3 Rumusan Permasalahan

Adapun rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Seberapa efektifkah komunikasi akun twitter @HumasBDG dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi?
2. Adakah pengaruh efektivitas komunikasi akun twitter @HumasBDG terhadap kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung?

1.4 Tujuan

Adapun tujuan penelitian penulis teliti adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui efektivitas akun twitter @HumasBDG yang digunakan pemerintah untuk memberikan kebutuhan informasi masyarakat.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh efektivitas akun twitter @HumasBDG terhadap kebutuhan informasi masyarakat Kota Bandung.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai peran media sosial dalam hal memenuhi kebutuhan informasi

1.5.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk memanfaatkan media sosial sebagai penyedia kebutuhan informasi masyarakat kota Bandung.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan oleh peneliti di Kota Bandung dengan mencari informan yang memfollow akun @HumasBDG

1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilapangan dilaksanakan mulai bulan Januari 2019 sampai Juni 2019.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

| No | Tahap penelitian | Tahun 2019 | | | | | |
|----|--|------------|----------|-------|-------|------|------|
| | | Januari | Februari | Maret | April | Juni | Juli |
| 1. | Tahap perencanaan awal dalam pengumpulan data untuk pengerjaan BAB 1 | ■ | | | | | |
| 2. | Pengumpulan teori untuk dijadikan tujauan pustaka dan pembuatan kerangka teori | | ■ | | | | |
| 3. | Perancangan metode penelitian | | | ■ | | | |
| 4. | Penyebaran kuisisioner kepada responden | | | | ■ | | |
| 5. | Penyusunan hasil penelitian | | | | | ■ | |
| 6. | Pembuatan kesimpulan dari penelitian | | | | | | ■ |

(Sumber: Olahan penulis, 2019)