

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, media sosial telah menjadi salah satu alat utama bagi pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, serta menyediakan platform bagi interaksi dua arah antara pemerintah dan publik. Teknologi digital telah mengubah cara kita berkomunikasi dan mengakses informasi. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan informasi untuk disebarluaskan secara cepat dan luas, serta memungkinkan interaksi dua arah antara penyedia informasi dan publik. Dalam konteks pemerintahan, ini berarti bahwa informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah dapat langsung diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya, umpan balik dari masyarakat dapat langsung diterima oleh pemerintah.

Media Sosial Monitoring berguna untuk menemukan persepsi atau sentimen mengenai suatu hal. Sebagai contoh Brand Handphone dapat menemukan sentimen maupun target pasarnya jika menggunakan Media Sosial Monitoring yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari handphone itu sendiri serta dapat menumbuhkan citra yang positif kepada target pasar dari brand itu sendiri. Media Sosial dan Social Media Monitoring memiliki keterkaitan yang erat, dimana Media Sosial digunakan sebagai wadah dan Media Sosial Monitoring digunakan sebagai pendekatan untuk mencapai pada suatu tujuan tertentu. Media sosial monitoring berperan dalam mengidentifikasi sentimen publik terhadap suatu merek maupun topik tertentu. Dengan menggunakan alat dan teknologi analisis data, para *stakeholder* dapat menelusuri percakapan dan interaksi di media sosial, serta mengukur sejauh mana citra produk atau merek mereka dimata masyarakat.

Dengan adanya perkembangan teknologi kearah digital serta pengertian tersebut maka Humas harus dapat memelihara hubungan dengan publik. Humas dalam Perusahaan selalu berusaha untuk menggapai publiknya dengan salah satunya cara yakni media monitoring.

Media sosial monitoring merupakan salah satu tugas humas dalam mengelola media massa bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai yang berkaitan dengan instansi atau perusahaan tentang respons masyarakat tentang pesan yang telah disampaikan, kegiatan ini tidak hanya sekedar menganalisa dan mengumpulkan data yang terjadi di media massa, dimana isinya berhubungan dengan berbagai kejadian, kebijakan yang dibuat maupun dampak yang terjadi atau harus diantisipasi.

Media sosial monitoring kini menjadi alat yang sangat berguna bagi praktisi humas, baik untuk mengambil kebijakan maupun untuk mengevaluasi respons dari masyarakat. Pada masa lalu, Media Monitoring dilakukan secara konvensional, yang melibatkan membaca satu per satu publikasi cetak dan menyusun klipring berisi artikel yang relevan dengan perusahaan. Namun, dengan kemajuan teknologi, sekarang terdapat alat-alat yang dapat mempermudah tugas Humas dalam mengawasi berita, terutama dalam konteks Media Monitoring.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat (Diskominfo) merupakan satuan dinas untuk melaksanakan urusan pemerintahan Daerah bidang komunikasi dan informatika, meliputi E-Government, Aplikasi Informatika, Informasi dan Komunikasi Publik, Persandian dan Keamanan informasi dan Statistik yang menjadi kewenangan Daerah Provinsi, menyelenggarakan tugas dekonsentrasi dan melaksanakan tugas pembantuan sesuai bidang tugasnya, berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diskominfo Jawa Barat memiliki beberapa media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publik, diantaranya ada Instagram, Twitter, Youtube, dan Tiktok. Instagram kerap digemari di kalangan Masyarakat, oleh karena itu peneliti ingin mengangkat Instagram pada Diskominfo Jawa Barat. Diskominfo Jawa Barat memiliki akun Instagram yakni @diskominfojabar.

Peneliti memanfaatkan akun Instagram @diskominfojabar sebagai alat bantu dalam proses media sosial monitoring bukan hanya karena jumlah pengguna yang tinggi pada akun tersebut, tetapi juga karena praktisi humas lebih memprioritaskan akun Instagram @diskominfojabar untuk mengawasi media sosial. Hal ini dikarenakan praktisi dapat melihat perspektif publik dari berbagai sudut yang lebih luas melalui akun tersebut.

Sebagai seorang profesional di bidang hubungan masyarakat di perusahaan, menjalankan tugas-tugas dengan konsisten dan berupaya untuk terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi adalah sangat penting. Di era saat ini, perusahaan harus memiliki kecakapan dalam menghadapi teknologi, seiring dengan kemampuan masyarakat yang semakin mahir dalam menggunakan berbagai alat teknologi. Semua keluhan, saran, atau apresiasi terhadap perusahaan dengan mudahnya diekspresikan oleh masyarakat melalui media sosial yang berbasis teknologi. Oleh karena itu, sangat krusial bagi perusahaan besar untuk selalu memantau dan menjaga interaksi positif antara perusahaan dan masyarakat melalui media sosial.

Media Monitoring adalah kegiatan yang dapat dijelaskan sebagai kesadaran akan apa yang ingin diketahui, pemantauan tingkat tinggi dilakukan agar dapat melakukan pengukuran melalui waktu yang menunjukkan pergerakan menuju suatu tujuan atau menjauhinya. Monitoring Akan memberikan informasi tentang status dan kecenderungan bahwa pengukuran dan evaluasi yang dilakukan secara berulang dari waktu ke waktu, pemantauan umumnya dilakukan untuk tujuan tertentu, untuk memeriksa proses dan objek atau untuk mengevaluasi kondisi atau kemajuan menuju tujuan hasil pengelolaan untuk efek dari tindakan dari beberapa jenis termasuk tindakan untuk mempertahankan manajemen yang sedang berjalan.

Media Monitoring berfungsi untuk mengidentifikasi dan memetakan realitas informasi yang ada dalam ruang publik. Dengan mengamati berita, artikel, dan konten media secara menyeluruh, kita dapat memahami bagaimana berbagai isu, peristiwa, dan narasi dibentuk dan disebarluaskan. Ini membantu dalam mengidentifikasi tren, bias, dan perubahan dalam sentimen publik yang mempengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai topik.

Sementara itu, berhubungan dengan aspek normatif dari Media Monitoring, yaitu bagaimana seharusnya informasi dikelola dan disajikan. Dalam hal ini, media monitoring tidak hanya melibatkan pengumpulan data, tetapi juga pertimbangan etis tentang bagaimana informasi tersebut digunakan. Prinsip-prinsip etika mengharuskan bahwa pemantauan media dilakukan dengan akurasi dan objektivitas, serta memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan digunakan untuk tujuan yang konstruktif dan tidak menyebarkan misinformation. Oleh karena itu, pemantauan media harus dilaksanakan

dengan kesadaran akan tanggung jawab moral untuk menjaga integritas informasi dan mempengaruhi publik secara positif.

Media Monitoring dapat dilakukan secara lebih efektif dan etis. Memahami realitas informasi yang ada memberikan dasar yang kuat untuk analisis yang akurat, sementara mempertimbangkan prinsip-prinsip normatif memastikan bahwa praktek tersebut dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab dan mendukung integritas komunikasi. Kombinasi ini penting untuk menciptakan praktek pemantauan media yang tidak hanya informatif tetapi juga etis, memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan pemangku kepentingan.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya oleh Aryo Pratama (2023) yang berjudul “Perancangan Sistem Informasi Monitoring Opini Publik Diskominfo pada Media Online dengan Metode Rapid Application Development” pada penelitian ini khususnya dalam membahas Monitoring pada Diskominfo diperoleh temuan bahwa Penelitian ini menghasilkan Sistem Informasi Monitoring Opini Publik Pada Media Online Berbasis Web. Dengan Adanya aplikasi monitoring opini publik ini khususnya bidang pengelolaan informasi publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara diharapkan dapat mempermudah pekerjaan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. proses media monitoring dilakukan dengan sistem *Rapid Application Development* (RAD) dengan metode penelitian kualitatif. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia Gusnita (2024) yang berjudul “Pengelolaan Instagram Humas @Diskominfojambi Dalam Memenuhi Informasi Publik” penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengkaji pengelolaan instagram humas @diskominfojambi dalam memenuhi informasi publik. pada penelitian ini menghasilkan temuan bahwa Selama proses pengelolaan jejaring sosial Instagram @diskominfojambi, dapat disimpulkan bahwa pada tahap berbagi, tim humas memanfaatkan kepopuleran Instagram dan berbagai fiturnya yang dapat menunjang kegiatan kehumasan mereka, kegiatan berbagi bertujuan untuk mencapai interaksi antara diskominfo Jambi dengan masyarakat. Kemudian pada tahap optimasi, manajer PR melakukan kegiatan verifikasi berinteraksi dengan media dengan membaca serta memonitor pesan masuk, tag, kolom komentardan hashtag.Pada

tahap manajemen, terlihat bahwa PR kurang memantau Instagram secara maksimal dan respon manajemen terhadap pertanyaan masyarakat terkesan lambat, sehingga jumlah komentar pada postingan Postingan di Instagram tidak menjadi masalah. Terakhir, pada tahap partisipasi dalam pengelolaan jejaring sosial Instagram @diskominfojambi, dapat disimpulkan bahwa Direktur Humas Diskominfo Jambi menyadari pentingnya sosok yang mampu melakukan perubahan sosial (influencer), namun pada penontonnya Pada tahap penelitian, kita dapat menyimpulkan bahwa kurangnya riset audiens secara rutin inilah yang membuat postingan Instagram akun @diskominfojambi terlihat tidak berbeda. Kendala yang dihadapi bagian humas dalam mengelola media sosial Instagram @diskominfojambi adalah kendala manajemen dan sumber daya. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Syifaurohmah (2023) dengan judul “Strategi Monitoring Berita keagamaan Oleh Diskominfo Kabupaten Tegal Pada masa pandemi Covid-19” menemukan kegiatan media monitoring yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Tegal yakni mencari serta mengumpulkan berita di berbagai media. Setelah membaca keseluruhan, pranata humas akan melakukan penilaian berita dengan tiga kategori yaitu positif, netral atau negatif. Hasil data media monitoring disusun menggunakan format tabulasi untuk mempermudah tahap pelaporan. Setiap akhir bulan, pranata humas akan menyusun ringkasan dan laporan.

Media monitoring yang dilakukan oleh setiap provinsi atau daerah pada Dinas Komunikasi dan Informasi berbeda beda baik dari cara maupun metode yang dilakukan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana Diskominfo Jawa Barat melakukan media sosial monitoring.

Diskominfo Jawa Barat melakukan pemantauan media sosial dengan pendekatan yang sangat profesional. Saat ini, masyarakat memiliki kemampuan untuk berbagi berbagai hal di dalam platform media sosial Instagram, yang merupakan ruang publik yang luas dan memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan pendapat dan perasaan mereka. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan Instagram sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Berdasarkan uraian serta fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “**Analisis Pemanfaatan Media Sosial Monitoring Instagram (@diskominfojabar) Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Jawa Barat**”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Monitoring yang dilakukan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat melalui akun Instagram @diskominfojabar.

1.3 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang telah dijelaskan di atas, dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial monitoring melalui instagram (@diskominfojabar) pada Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana analisis teknis penggunaan social media monitoring dari Instagram @diskominfojabar
2. Mengetahui apa manfaat dari hasil analisis social media monitoring dari Instagram @diskominfojabar di Diskominfo Jawa Barat.
3. Mengetahui apa *tools* yang digunakan untuk media sosial monitoring Instagram @diskominfojabar
4. Mengetahui apa fungsi dari media sosial monitoring pada akun @diskominfojabar

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan pada bidang Hubungan Masyarakat. Terutama mengenai pemanfaatan media sosial monitoring. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai pemanfaatan media sosial monitoring.
2. Manfaat Praktis: Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk memberikan Gambaran yang komprehensif media sosial monitoring, sehingga dapat secara

efektif mengevaluasi dan mengukur kinerja sebuah Perusahaan dalam ranah digital.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini diperlukan wawancara secara mendalam kepada beberapa pegawai dari Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat yang berlokasi di Jl. Taman Sari No. 55 Bandung 40132. Keterangan mengenai waktu dari penelitian akan dijabarkan pada tabel berikut:

TABEL 1.1 WAKTU PENELITIAN
(Sumber : Olahan Peneliti,2023)

No.	Nama Kegiatan	Aug 2023	Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Aug 2024
1.	Menentukan Judul									
2.	Mencari Informasi									
3.	Penyusunan BAB I,II,III									
4.	Hasil Desk Evaluation									
5.	Pengumpulan Data									
6.	Penyusunan BAB IV dan V									
7.	Proposal Skripsi									