

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era digital, kemajuan teknologi serta meningkatnya jumlah informasi juga menyebabkan adanya perubahan cara berkomunikasi masyarakat maupun sektor industri atau pemerintahan (Rosana, 2010). Pada sektor pemerintah saat ini menggunakan Big Data untuk mengelola data yang banyak dan beragam agar lebih mempersingkat waktu dan dapat memberikan berbagai kebijakan yang lebih cepat dan akurat. Seperti halnya pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam membentuk portal terintegrasi untuk pengelolaan data tingkat tinggi, keterbukaan, dan kemudahan untuk mengakses data yang berkualitas bagi warga maupun pemerintah Jawa Barat, yaitu Ekosistem Data Jabar.

Open Data Jabar yang merupakan salah satu dari bagian Ekosistem Data Jabar merupakan portal data yang dibuat oleh pemerintah Jabar dengan target masyarakat Jawa Barat. Namun, pada realitanya, adanya data jumlah pengguna website Open Data Jabar terbesar adalah peneliti dan akademisi serta tujuan akses terbanyak yaitu mencari data terbuka Pemprov Jawa Barat untuk belajar, Tim Open Data Jabar menyimpulkan kategori ini berasal dari mahasiswa. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer di kalangan mahasiswa. Instagram @jabardigitalservice memiliki followers sebanyak 53,2k dengan ini merupakan sebuah potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun *brand awareness* sangat besar. Perlu dilakukan penelitian untuk memahami strategi komunikasi yang dilakukan oleh Open Data Jabar dalam upaya membangun *brand awareness* melalui Instagram.

Berdasarkan data yang didapatkan dari Portal Jabar Prov Go, sistem pengelolaan layanan hotline Ekosistem Data Jabar telah memperoleh sertifikasi ISO 20000-1:2018 per Desember 2022. Dengan kata lain, pelayanan yang ditawarkan telah terstandarisasi secara internasional dan ini menunjukkan komitmen serta dedikasi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat untuk menyediakan sistem layanan data yang terpercaya dan terstandarisasi. Salah satu produk dari Ekosistem Data Jabar yakni Open Data Jabar.

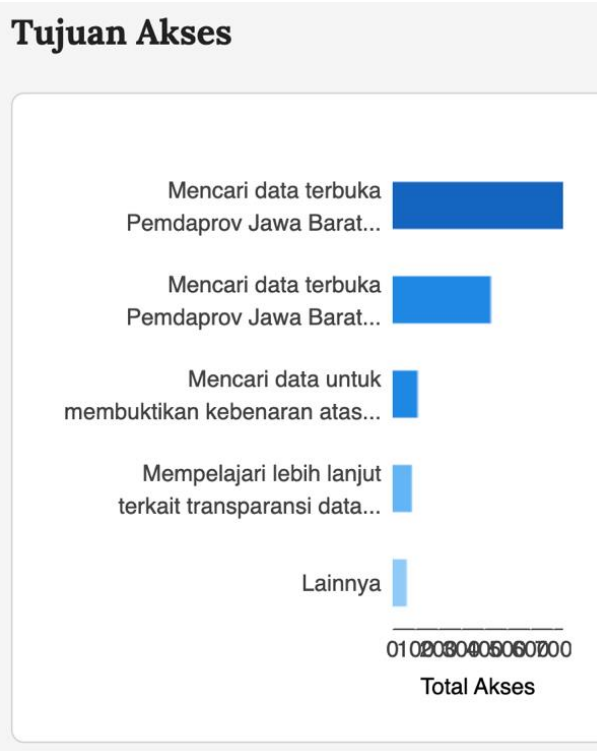
Open Data Jabar merupakan salah satu portal transparansi data dan informasi publik yang terintegrasi untuk warga Jawa Barat. Koleksi dataset terbuka yang dibuat oleh Organisasi Perangkat Daerah Jawa Barat tersedia untuk warga Jawa Barat dan dilengkapi dengan visualisasi dan infografis data yang mudah dipahami. Kelebihan dari Open Data Jabar yaitu menawarkan fitur yang memudahkan pengguna untuk mengakses dan mengolah data, seperti fitur permohonan dataset, dimana para masyarakat atau pengguna dapat mengajukan permintaan data apabila data tersebut belum tersedia di website Open Data Jabar dan permintaan data tersebut akan diproses selama sekitar empat hari.

**Tabel 1. 1 Data Pengguna Website Open Data Jabar**

<b>Segmen Pengguna</b>	<b>Persentase (N)</b>
Peneliti atau akademisi	62,3
Pemerintahan	11,3
Industri atau Bisnis	10,3
Organisasi NonProfit atau Sosial	5
Media	2,7
Lainnya	8,4

Sumber: Data Internal Open Data Jabar, (2023)

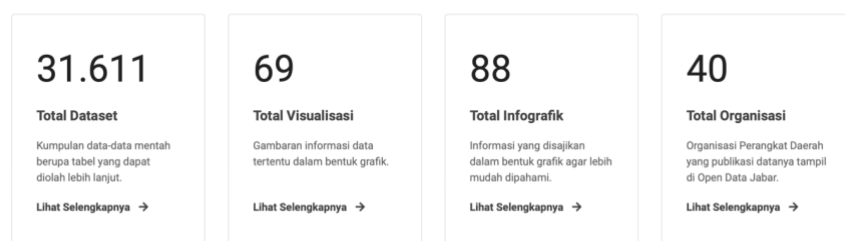
Berdasarkan hasil pra riset, pada November 2023, total pengunjung website Open Data Jabar mencapai sekitar 372.212. Dari data tersebut, mayoritas pengguna website Open Data Jabar berasal dari kalangan peneliti atau akademisi dengan persentase sebesar 62,3%. Hal ini menunjukkan bahwa website Open Data Jabar memiliki daya tarik yang kuat bagi kalangan peneliti atau akademisi. Maka dari itu, penelitian ini perlu dilakukan apakah segmentasi pengguna telah sesuai dengan target awal atau belum.



Gambar 1. 1 Tujuan Akses Website Open Data Jabar  
 Sumber: Data Internal Open Data Jabar (2023)

Dengan tujuan akses mencari data terbuka Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat untuk belajar sebesar 52,3%, untuk kebijakan atau referensi pribadi 29,9%, untuk membuktikan kebenaran atas isu tertentu 7,6%, untuk mempelajari lebih lanjut terkait transparansi data Pemerintah Daerah Provinsi 5,9%, dan lainnya sebesar 4,3%.

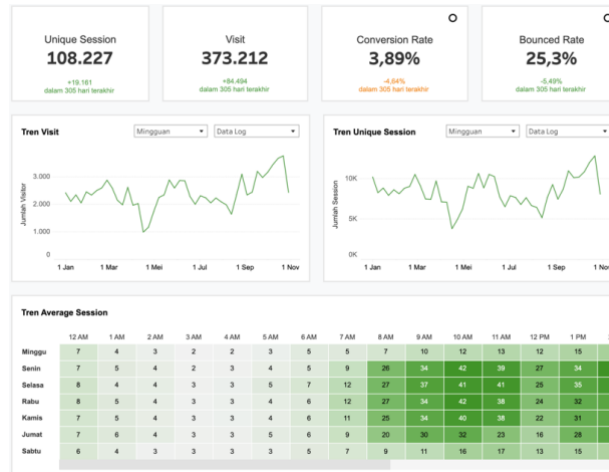
### Statistik Open Data Jabar



Gambar 1. 2 Data yang Tersedia di Open Data Jabar  
 Sumber: Data Internal Open Data Jabar (2023)

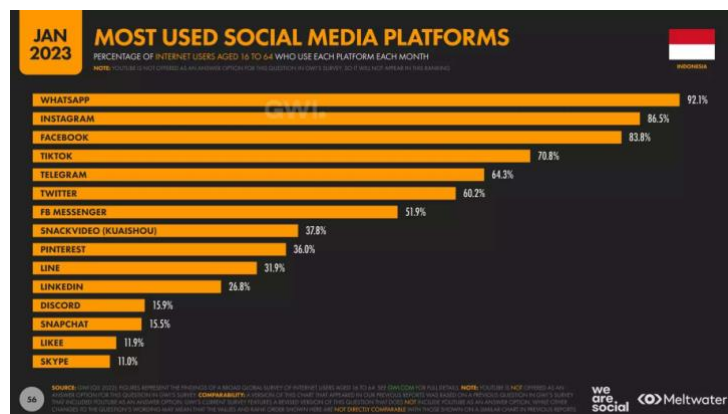
Per November 2023, Open Data Jabar memiliki total 31.611 dataset, 69 visualisasi, 88 infografik, dan 40 organisasi yang datanya tampil di Open Data Jabar. Hal ini memudahkan bagi pengguna untuk menemukan data yang sedang dibutuhkan. Per November 2023, Open Data Jabar telah terhubung dengan 19 kabupaten dan kota di wilayah Jawa Barat. Di Open Data Jabar, masyarakat juga dapat lebih mudah mencari informasi dengan kategori topik tertentu, seperti ekonomi, kemiskinan,

infrastruktur, kesehatan, kependudukan, pariwisata & kebudayaan, lingkungan hidup, pemerintah & desa, pendidikan, dan isu-isu sosial.



Gambar 1. 3 Data Pengunjung website Open Data Jabar  
Sumber: Data Internal Open Data Jabar (2023)

Salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi adalah sosial media. Media sosial kini sudah sangat berkembang pesat karena ini merupakan alat berkomunikasi online yang digunakan secara harian dan memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Media sosial juga biasa digunakan sebagai alat komunikasi antara pelaku bisnis atau pemuka masyarakat dengan target audiens yang merupakan para pengguna media sosial. Media sosial dapat digunakan secara efektif untuk menunjukkan suatu identitas (Elfrida, S., & Diniati, A., 2020). Media sosial juga dianggap sebagai salah satu area asset baru yang dilakukan oleh para praktisi *public relations* (Boediman, 2020).

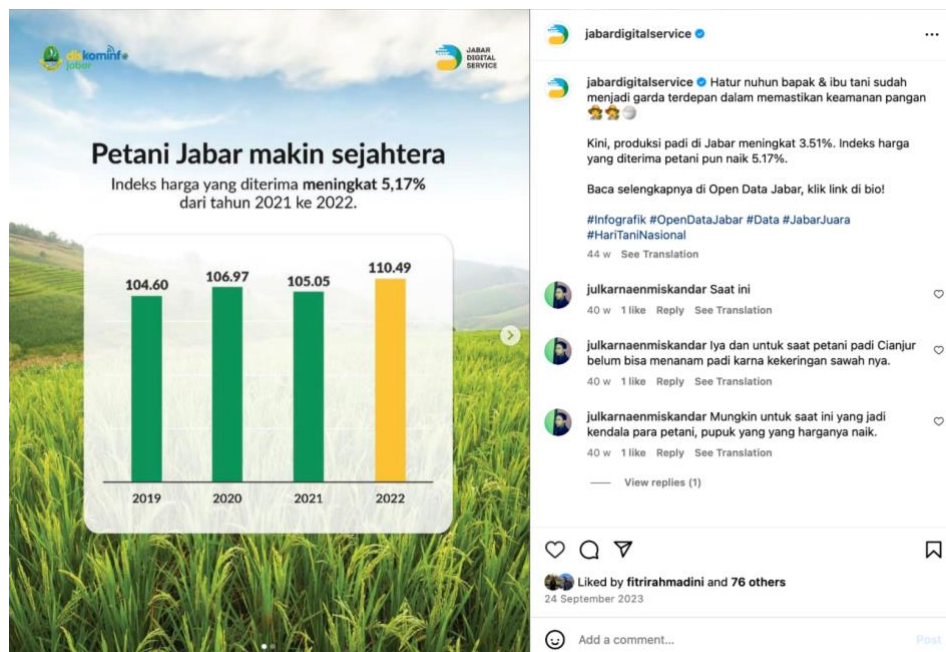


Gambar 1. 4 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia  
Sumber: We Are Social (Diakses pada Oktober 2023)

Berdasarkan hasil survey data yang diberikan oleh (Social, 2023), Instagram berada pada peringkat kedua dengan kategori sosial media yang seringkali digunakan,

serta pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 86,5% dari jumlah keseluruhan populasi Indonesia dan naik sekitar 3% dari tahun sebelumnya. Dengan adanya informasi dari data tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah berkembang menjadi salah satu platform sosial teraktif yang dimanfaatkan oleh kalangan masyarakat untuk berkomunikasi dan media untuk masyarakat mencari informasi.

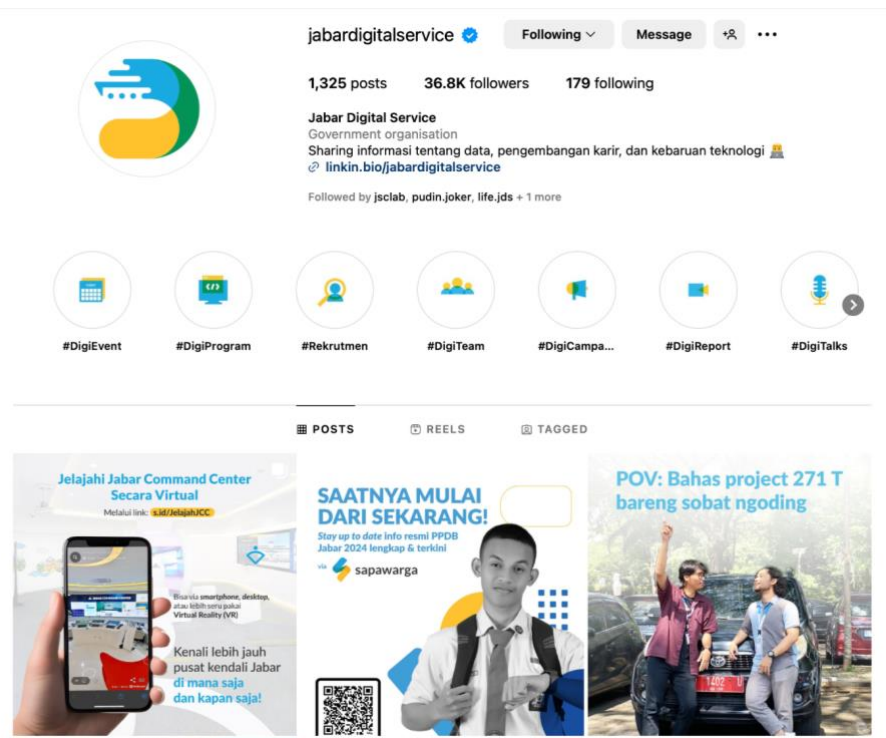
Terdapat beberapa bentuk media sosial yang digunakan oleh Jabar Digital Service sebagai saluran komunikasi public, yaitu Instagram, X, Youtube, LinkedIn, Facebook, dan Medium. Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dan diminati oleh seluruh kalangan masyarakat. Melalui akun Instagram @jabardigitalservice, Jabar Digital Service berusaha menjaga *image* positif atau reputasi melalui konten-konten seputar produk atau kegiatan yang diadakan atau dilaksanakan perusahaan.



Gambar 1. 5 Konten Open Data Jabar di Instagram @jabardigitalservice  
Sumber: Instagram (Diakses pada Maret 2024)

Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh seluruh kalangan masyarakat, termasuk generasi z. Generasi Z lahir di era digital, hal tersebut membuat generasi Z memiliki keterkaitan yang erat dengan media sosial, dapat dikatakan generasi Z tumbuh beriringan bersama perkembangan teknologi dan juga perkembangan media sosial. Media sosial menjadi salah satu media ekspresi diri bagi generasi Z melalui postingan foto dan video mereka. Menurut survei (Pusparisa, 2021), tiap generasi memiliki media sosial yang digemarinya masing-masing.

Instagram adalah aplikasi media sosial favorit generasi Z (16-23 tahun) dengan 24% responden mengakui menyukai media sosial tersebut.



Gambar 1. 6 Profil Media Sosial Instagram @jabardigitalservice  
Sumber: Instagram (Diakses pada November 2023)

Berdasarkan gambar di atas, media sosial Instagram @jabardigitalservice, memiliki followers dengan jumlah 33,3 ribu per November 2023. Jabar Digital Service menggunakan akun instagramnya untuk memposting beragam konten mengenai produk-produknya termasuk Open Data Jabar. Konten yang diposting di Instagram @jabardigitalservice beragam bentuk seperti reels, feeds, serta carousel. Melalui akun Instagram @jabardigitalservice, tim Open Data Jabar menggunakan strategi komunikasi untuk membangun brand awareness terhadap target penggunanya. Anwar Arifin, dalam bukunya berjudul *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, menyatakan ada lima faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penyusunan strategi komunikasi yaitu, mengenali khalayak atau audiens, penyusunan pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi.

**Tabel 1. 2 Perbedaan Jabar Digital Service dengan Jakarta Smart City**

	<b>Jabar Digital Service</b>	<b>Jakarta Smart City</b>
Lingkup	JDS berfokus pada wilayah Provinsi Jawa Barat. Layanan ini berfungsi sebagai pusat pengembangan teknologi digital untuk mendukung berbagai program pemerintah daerah Jawa Barat, termasuk pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan lain-lain. JDS juga berperan dalam membangun kapasitas digital di berbagai kota dan kabupaten di Jawa Barat.	JSC berfokus pada pengelolaan dan pengembangan teknologi di wilayah DKI Jakarta. Program ini mencakup seluruh aspek kehidupan kota, mulai dari transportasi, keamanan, hingga pelayanan publik, dan bertujuan untuk menciptakan kota yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan warganya.
Target Audiens	Warga Jakarta, khususnya mereka yang tertarik pada teknologi, pengembangan kota, dan smart city. Juga mencakup stakeholder seperti startup teknologi, pengembang aplikasi, dan komunitas inovator.	Warga Jawa Barat, terutama mereka yang tertarik pada transformasi digital, inovasi teknologi, dan pemberdayaan masyarakat. Juga mencakup pemerintahan daerah, komunitas, dan pelaku usaha lokal.
Instagram	Memiliki jumlah followers 53,2K di media sosial Instagram.	Memiliki jumlah followers 123K di media sosial Instagram.

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Akun Instagram @jsclab dan @jabardigitalservice masing-masing berfokus dan menggunakan pendekatan yang berbeda untuk memberikan informasi tentang inovasi teknologi di wilayah mereka. @jsclab, yang berfokus pada Jakarta, menawarkan konten yang lebih teknis dan edukatif tentang smart city, dengan desain visual futuristik modern yang mencerminkan perkembangan perkotaan. Akibatnya, akun ini lebih menekankan pada interaksi satu arah dengan audiens, terutama untuk mendapatkan pengetahuan dan umpan balik dari penduduk Jakarta. Untuk saat ini, @jabardigitalservice berkonsentrasi pada transformasi digital Jawa Barat dengan pendekatan yang lebih ramah komunitas. Konten yang ditampilkan lebih beragam, menggabungkan elemen budaya lokal, dan mendorong audiens untuk berpartisipasi secara aktif melalui interaksi kolaboratif yang dinamis. Akun ini menunjukkan variasi

dalam penggunaan teknologi dan partisipasi publik sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik daerah.

Berdasarkan uraian di atas, beberapa studi terdahulu yang terkait dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan, salah satunya adalah penelitian yang diteliti oleh (Ramadhan, 2020) dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran ORBITGEAR pada Media Sosial Instagram dalam Membangun Brand Awareness”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi pemasaran ORBITGEAR melalui media sosial Instagram dalam upaya membangun kesadaran merek. Aplikasi Instagram lazim digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran termasuk brand ORBITGEAR dalam membangun brand awareness dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Penelitian terdahulu ini dijadikan acuan karena meneliti strategi komunikasi dalam membangun brand awareness melalui platform Instagram.

Berikutnya terdapat penelitian oleh (Zidan & Pamungkas, 2023) dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi untuk Membangun Citra Universitas”. Hasil dari penelitian ini adalah Telkom University menerapkan strategi komunikasi untuk membangun reputasi dengan cara menjalin dan mempererat hubungan dengan para pemangku kepentingan dan menggunakan media sosial untuk membangun citra positif. Penelitian ini dijadikan sebagai salah satu acuan, namun berbeda karena penelitian terdahulu ini meneliti tentang strategi komunikasi suatu instansi, bukan brand atau produk dari suatu instansi.

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan melalui media sosial memegang peranan penting dalam membangun brand awareness suatu produk. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan analisis tentang strategi komunikasi yang diterapkan oleh Jabar Digital Service dalam membangun brand awareness produk Open Data Jabar melalui media sosial Instagram.

Berdasarkan permasalahan yang ada bahwa tujuan dan target Open Data Jabar yaitu untuk transparansi data pemerintah terhadap masyarakat secara umum, namun pada kenyataannya, data pengguna Open Data Jabar sendiri mayoritas mahasiswa atau akademisi. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Open Data Jabar dalam membangun brand awareness terutama terhadap mahasiswa melalui Instagram @jabardigitalservice, dan



bagaimana keberhasilan strategi komunikasi yang dijalankan pada instagram @jabardigitalservice. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena untuk mengetahui kurangnya strategi komunikasi yang dijalankan untuk membangun brand awareness Open Data Jabar. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apakah ada strategi khusus yang diimplementasikan sehingga dapat menggaet mahasiswa sebagai pengguna. Serta, apakah target segmentasi pengguna Open Data Jabar sudah sesuai dengan sasaran awal pengguna yang telah ditetapkan. Maka dari itu, peneliti juga akan melakukan penelitian secara mendalam agar masalah penelitian dapat terjawab.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Dengan merujuk pada konteks yang telah diuraikan di bagian latar belakang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang dijalankan oleh Open Data Jabar dalam memperkenalkan produknya sehingga menjangkau mahasiswa sebagai penggunanya.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian ingin mengetahui hal-hal tentang bagaimana strategi komunikasi Open Data Jabar dalam membangun *brand awareness* melalui media social Instagram @jabardigitalservice?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Memberikan ilmu kajian mengenai strategi komunikasi, terutama dalam proses membangun brand awareness.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pembaca terkait strategi komunikasi dan *brand awareness*. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi berupa masukan kepada Jabar Digital Service dalam segi strategi komunikasi yang dijalankan.

## **1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian**

**Tabel 1. 3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

NO	Tahapan Penelitian	2023				2024							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agus
1	Menentukan Topik Penelitian	■	■										
2	Pra Riset Penelitian			■									
3	Penyusunan BAB I			■	■								
4	Penyusunan BAB II				■	■							
5	Penyusunan BAB III				■	■							
6	Pendaftaran Desk Evaluation					■							
7	Pengumpulan Data					■	■						
8	Penyusunan BAB IV						■	■	■	■	■	■	
9	Penyusunan BAB V						■	■	■	■	■	■	■
10	Pendaftaran Sidang Skripsi												■
11	Sidang Skripsi												■