

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur pulau jawa, tepatnya di provinsi Jawa Timur. Dikutip dari jatim.bpk.go.id, Kabupaten Banyuwangi terletak di antara 113.53 dan 114.38 BT dan 7.43 dan 8.46 LS. Wilayah Kabupaten Banyuwangi di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Situbondo, Selat Bali di sebelah timur, Kabupaten Jember di sebelah barat, dan Samudera Hindia di sebelah selatan. Luas wilayah Kabupaten Banyuwangi adalah 5.782,50 km² dan terbagi dalam dua puluh satu kecamatan. Selain wilayah yang luas, penduduk di Banyuwangi juga cukup beragam. Terdapat beberapa suku yang ada di wilayah Banyuwangi diantaranya yaitu, suku Osing, Suku Jawa, Suku Madura, dan suku Bali.

Keberagaman yang ada di Banyuwangi dan juga wilayah yang begitu luas merupakan suatu hal yang perlu perhatian khusus oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi khususnya dalam hal penyebaran informasi publik. Satau dinas yang memilik tanggung jawab terkait dengan penyebaran informasi public yaitu Dinas Komunikasi, Informatika, dan persandian Kabupaten Banyuwangi. Dalam Perbup Banyuwangi Nomor 68 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian Kabupaten Banyuwangi, Dinas Komunikasi, Informatika dan Persandian merupakan unsur pelaksana Urusan Pemerintahan bidang Komunikasi dan Informatika, Persandian, dan Statistik yang menjadi kewenangan daerah. Dinas Kominfo dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Sebagai upaya untuk mewujudkan pemerintahan yang terbuka dan *branding* dari Kabupaten Banyuwangi itu sendiri, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuwangi terus konsisten dalam pengelolaan dari akun media sosial resmi yang dimiliki, salah satunya adalah Instagram Kabupaten Banyuwangi, yaitu @banyuwangi_kab. Dinas Komunikasi dan Informatika

Kabupaten Banyuwangi tidak hanya mengelola akun media sosial saja dalam pelaksanaan tugasnya, namun juga media *online* lainnya seperti *website*. Sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, keterbukaan informasi merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik. Dengan adanya UU yang mengatur tentang keterbukaan informasi publik, maka badan publik memiliki kewajiban untuk menjalankan kebijakan KIP dengan maksud agar tujuan dari undang-undang tersebut bisa tercapai. Terwujudnya pemerintahan terbuka menjadi salah satu ciri dari *good governance* atau pemerintahan yang baik. Suatu pemerintahan dapat dikatakan sebagai *good governance* apabila dalam penyelenggaraan pemerintahannya terdapat manajemen pemerintahan yang solid dan bertanggung jawab serta memiliki prinsip yang sejalan dengan konsep demokrasi.

Menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, beberapa manfaat media sosial di Instansi Pemerintah diantaranya, dapat menyebarkan informasi pemerintah agar menjangkau masyarakat dan membangun peran aparatur negara dan masyarakat melalui media sosial serta lebih mudah dalam menggali apresiasi, opini, dan masukan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah. Dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial oleh instansi pemerintahan adalah sebagai wujud dari keterbukaan atas informasi publik.

Media sosial menjadi salah satu media utama dalam penyebaran terkait informasi publik. Pesatnya adopsi teknologi internet di semua lapisan masyarakat dan kemajuan digital menjadi suatu hal yang penting dan menarik di dalam instansi pemerintahan. Dalam menggunakan media berbasis internet, dunia usaha atau instansi pemerintah perlu memberikan pelayanan yang prima, *up-to-date*, *up-to-date*, dan yang terpenting adalah media untuk melakukan kegiatan pelayanan informasi. Yang dimana informasi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk di disebarkan, apalagi untuk saat ini dalam menyebarkan informasi menjadi lebih mudah dan lebih efisien berkat adanya teknologi internet khususnya media sosial.

Kehadiran media sosial telah mengubah pola interaksi dari masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Media sosial muncul dalam media baru dan mendapatkan atensi serta sambutan yang baik dari para pengguna internet. Menurut Nasrullah (2015:11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Kini media sosial berkembang sangat pesat terbukti dengan kehadiran berbagai macam media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *instagram*, *line*, dan lain-lain. Banyaknya fitur-fitur yang dimiliki media sosial seperti *share*, *like*, *hashtag*, *tranding topic*, sangat berpengaruh terhadap minat baca dan juga konsumsi suatu informasi terhadap penggunanya. Karakteristik media baru atau media sosial yang memungkinkan respon cepat juga menjadi pemicu dipilihnya media sosial sebagai wadah penyebaran informasi. Informasi merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi sebagian orang yang membutuhkannya.

Dikutip dari *wearesocial.com* jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada di tahun 2022. Jumlah ini meningkat sebanyak 21 juta atau 12,6 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia saat ini yang berjumlah 275,77 juta orang, Sebagian besar masyarakat telah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan maupun memperoleh informasi. Penggunaan media sosial berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi. Adapun dari sekian banyak media sosial yang digemari masyarakat Indonesia saat ini adalah Instagram, yang mana merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan.

No.	Tahun	Jumlah Pengguna Media Sosial	Kenaikan Jumlah Pengguna Media Sosial
1.	2021	170 Juta	6,3 %
2.	2022	191,4 Juta	12,6 %

Tabel 1.1 Data pengguna media sosial di Indonesia

Salah satu media sosial yang kini digunakan oleh Pemkab Banyuwangi adalah Instagram. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Salah satunya media instagram yang tidak hanya untuk sekedar mengunggah foto dan bertukar pesan, ternyata juga ada kegunaan lain yang sangat efektif yaitu dapat mendistribusikan informasi dan berita. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan informasi di masa ini. Pengguna Instagram sendiri menurut *wearesocial.com* di tahun 2022 berjumlah 99,15 juta orang.

Akun instagram resmi dari Pemerintah Kabupaten Banyuwangi @banyuwangi_kab merupakan salah satu akun media sosial yang memiliki jumlah pengikut atau *followers* paling banyak dibandingkan dengan akun media sosial yang lainnya. Jumlah pengikut untuk akun media sosial Instagram sendiri sebanyak 119 ribu sedangkan untuk akun *facebook* berjumlah kurang lebih 76 ribu. Hal tersebut tak lepas dari isi konten dan juga pemanfaatan fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram, seperti *reels*, *live* dan *story* dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

Saat ini pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Kominfo juga semakin gencar dalam memberikan informasi yang dikemas melalui konten-konten yang menarik, hal itu bertujuan agar dapat menarik minat dari masyarakat agar selalu mengikuti dan tidak jenuh dalam menerima informasi yang diberikan oleh pemerintah. Melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuwangi, Pemerintahan Kabupaten Banyuwangi sendiri saat ini tengah memaksimalkan peran media sosial khususnya Instagram sebagai media yang diandalkan untuk memberikan informasi dan mempersuasi masyarakat agar mengetahui dan memahami terkait berbagai informasi yang telah dibuat. Pengelolaan akun media sosial Pemerintah Kabupaten Banyuwangi sendiri dikelola oleh Humas yang berada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuwangi.

Pengelolaan akun media sosial Instagram @banyuwangi-kab, Dinas Kominfo Kabupaten Banyuwangi tentunya memiliki strategi komunikasi khusus

dalam melakukan komunikasi maupun memberikan informasi kepada masyarakat Banyuwangi melalui akun media sosial Instagram @banyuwangi_kab. Strategi dalam komunikasi memberikan kontribusi yang sangat besar dalam kegiatan humas. Fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerjasama, atau pembangunan infrastruktur komunikasi. Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana sudah tentu selalu dikaitkan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. (Hafied Cangara, 2013:43). Dengan jumlah penduduk mencapai 1.744.814 jiwa, Pemkab Banyuwangi tentunya harus memiliki strategi yang tepat guna terciptanya komunikasi yang efektif dan juga dapat menjangkau seluruh masyarakat yang ada di seluruh wilayah Banyuwangi.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang lain berupa penulis lebih berfokus untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi yang digunakan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga proses evaluasi dari proses penyampaian informasi publik itu sendiri. Selain itu disini juga meneliti dari segi bagaimana cara Dinas Informasi dan Informatika Pemkab Banyuwangi dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana informasi publik dengan mengangkat kearifan lokal yang menjadi ciri khas di Banyuwangi, seperti festival dan juga kesenian yang ada di Banyuwangi.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan karena adanya perubahan kebiasaan masyarakat yang kini lebih memilih menggunakan media sosial sebagai media dalam memperoleh informasi, serta Kabupaten Banyuwangi yang mulai melakukan digitalisasi dalam berinteraksi dengan masyarakat khususnya dalam memberikan informasi publik, Penulis juga ingin mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kabupaten Banyuwangi dalam menyebarkan informasi kepada publik melalui media sosial Instagram yang dimiliki. Maka dari itu, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika Kabupaten Banyuwangi dalam Pengoptimalan Instagram Sebagai Media Informasi Publik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Banyuwangi dalam Pengoptimalan Instagram Sebagai Media Informasi Publik ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Banyuwangi dalam Pengoptimalan Instagram Sebagai Media Informasi Publik”.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan yang lebih luas serta pendalaman materi dibidang komunikasi, khususnya pada mata kuliah perkembangan teknologi komunikasi.
2. Tema penelitian yang diangkat oleh peneliti diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan media sosial sosial. Peneliti berharap dapat menambah keberagaman penelitian yang telah dilaksanakan oleh civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan masukan yang positif terhadap pengembangan strategi komunikasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuwangi dalam penyebaran informasi publik melalui media

sosial, seperti pada pelayanan publik, penyampaian informasi kepada masyarakat, dan respon aduan atau kritik dari masyarakat.

2. Dapat menambah pengalaman penulis dalam melakukan penelitian dan mengetahui Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kabupaten Banyuwangi dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial.