

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya sistem pemerintahan yang terjadi di Indonesia saat ini, diperlukan inovasi terkait penyelenggaraan pemerintahan, untuk kedepannya ada paradigma baru yang mengarah kepada pemerintah *good governace* (pemerintahan yang baik). Agar terselenggaranya pelayanan pemerintahan yang baik, Pemerintah harus mengedepankan *acountable*, keterbukaan, kemudahan, akses dan transparan. Sejak tahun 2003 melalui intruksi langsung dari Presiden Republik Indonesia Nomor 3 yang diatur dalam tata kelola pemerintah untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi, dan akuntabilitas pemerintah. (Fahri & Unde, 2018) Lembaga yang berada di kantor pemerintahan yang berwenang menciptakan transparansi, kemudahan akses dan keterbukaan yaitu Hubungan Masyarakat yang sering di sebut (Humas).

Dalam instansi pemerintahan, humas mempunyai peran dan fungsi yang bersifat *public*, yang bertugas menyediakan informasi mengenai kebijakan-kebijakan yang ada di pemerintahan untuk diberikan kepada masyarakat. Adanya humas di suatu pemerintahan tentunya memiliki fungsi yang sama dengan lembaga ataupun instansi yang ada di luar sana, bagaimana informasi yang ada di suatu instansi bisa tersampaikan dengan efektif dan efisien. Pendapat selanjutnya, secara umum masyarakat yang terdapat dalam teori humas pemerintah dalam proses penyeberaluasaan informasi baik itu

keluar ataupun kedalam merupakan keharusan pemerintah dalam unsur kehumasaan itu dijelaskan Widjaja (1993).

Penyebarluasan informasi yang disebarkan oleh humas tentunya harus mempunyai unsur informasi yang baik, tidak mengandung *hoax* dan kredibel dalam penyampaianya. Sehingga informasi yang tersampaikan kepada masyarakat bisa terjamin terhadap informasi yang benar-benar dapat dipercaya. Hal ini sejalan lurus dengan apa yang disampaikan oleh Al-Qur'an surat An-Nur ayat 11:

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ
مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ١١

”Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong adalah golongan kamu, Jang-anlah kamu menganggapnya buruk bagi kamu, bahkan ia adalah baik bagi kamu, tiap-tiap orang dari mereka memperoleh apa yang dia kerjakan dari dosa itu, dan siapa yang mengambil bagian yang terbesar di dalamnya di antara mereka, bagian azab yang besar” (QS. an-Nur 24: 11)

Ayat di atas menjelaskan terkait berita bohong Siti Aisyah RA yang dilontarkan oleh kaum munafik, padahal tuduhan yang dilontarkan adalah dusta sehingga turunlah ayat ini. (Chalimatus Sa'diyah, 2020) Secara umum ayat 11 surat An-Nur dapat dipahami sebagai larangan menyebarkan informasi bohong maupun hoaks. Ini menjadi landasan bahwasannya penyebaran informasi harus berdasarkan fakta dan dapat dipercaya kebenarannya.

Dewasa ini menunjukkan kepada kita semua, bahwasannya teknologi berkembang begitu cepat, sehingga kemajuan teknologi dan komunikasi yang kian hari menjadi konsumsi sehari-hari tidak bisa lepas dengan hal itu. Apalagi media sosial yang sangat erat dan sangat dekat dengan kehidupan kita. Mengingat media sosial menjadi wadah yang baik dalam penyebarluasan informasi kepada siapa pun. Apalagi sebagai praktisi humas yang harus adaptif dengan perkembangan zaman.

Pada saat ini dengan adanya internet merupakan kemajuan teknologi yang sangat diminati dan paling banyak digunakan ialah media sosial. Adanya hasil survei dari warta yang diberi judul "*Essential Insight into Internet, Social Media, and E-Commerce Use Around the World*" yang di upload tahun 2018, menunjukkan pemakaian media sosial saat itu sebanyak 130 juta dari masyarakat Indonesia yang terdaftar sebagai Warga Negara Indonesia (WNI) yaitu 265,4 juta. Dari beberapa media sosial yang ada, *Instagram* termasuk yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hasil survei yang dikeluarkan oleh *We are Social* (2022) yang mana media sosial Instagram masuk kepada peringkat kedua dengan banyak presentase 86,6% dan pengguna yang memakai Instagram di Indonesia melewati 99 juta pengguna. Sesuai kajian dan pencarian informasi yang mendalam, banyaknya pengguna aplikasi Instagram didominasi oleh generasi muda yang kisaran umurnya berada 18-24 tahun yang mana itu semua kebanyakan dari kalangan mahasiswa . (Lailatuz Zahro & Ima Fitri Sholichah, 2022)

Pemerintahan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai tanggung jawab agar informasi berkenaan dengan masyarakat dapat tersampaikan dengan baik, khususnya dalam hal bimbingan dan mengurus masalah daerah sehingga mampu menjalin hubungan baik kepada masyarakat yang nantinya akan menjadikan Humas Pemda DIY optimal dalam melakukan pelayanan masyarakat yang bersinggungan dengan pelayanan informasi melalui media sosial. (Wahyudin Hamka, 2016)

Media sosial yang digunakan oleh Humas Pemda DIY sangat beragam, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang ada. Beberapa media sosial Pemda DIY yang ada sampai saat ini yaitu; *Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube*. Sehingga peran Humas DIY dalam mempromosikan layanan yang diberikan. Ditinjau dari beberapa media yang digunakan oleh Humas Pemda DIY, *Instagram* menjadi media yang digemari oleh masyarakat. Hal itu dibuktikan dengan *follower* yang ada di akun tersebut berjumlah 226 ribu lebih banyak dari media sosial lainnya.

(<https://www.Instagram.com/humasjogja/> diakses pada tanggal 20 September 2022)

Humas Pemda DIY sebagai fungsi manajemen yang akan memberikan informasi-informasi penting dari pemerintah khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga dalam pelaksanaannya akan bersentuhan langsung dengan masyarakat. Adanya transparansi terkait program ataupun kegiatan-kegiatan yang di adakan oleh Pemerintah Daerah Daerah Istimewa

Yogyakarta tentunya menjadi salah satu indikator yang baik dalam sebuah pemerintahan. Sehingga program yang sudah direncanakan oleh Gubernur dan Wakil Gubernur dapat terlaksana sebagai wujud amanahnya secara valid, kredibel, dan kecepatan menguasai isu-isu ataupun problem Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dilansir dari koran-jakarta.com Humas Pemda DIY pernah meraih prestasi juara 1 dalam kategori Pengelolaan Media Sosial pada Anugerah Media Humas (AMH) Tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Postingan yang ada di akun *Instagram @humasjogja* terkait penyebarluasan Informasi yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY dengan mempublikasikan kegiatan pemerintah daerah dan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat DIY. (Fadillah & Rosilawati, 2020) Sehingga Peran humas Pemda DIY sebagai *communication facilitator* (fasilitator komunikasi) sebagai jembatan *inform* pemerintah sampai ke masyarakat dan setiap *stakeholder* pemerintah daerah. Pada akhirnya kehadiran Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dirasakan oleh masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta.

Selain dilihat dari tampilan publikasi yang ada di media sosial *Instagram*, Humas Pemda DIY juga memperhitungkan dampak untuk membangun sisi humanisme informasi yang publikasikan. Sehingga Berdasarkan yang sudah dijelaskan oleh peneliti di atas menjadikan niatan baik peneliti, untuk meneliti Humas Pemda DIY lebih lanjut mengenai

“Strategi Humas dalam penyebarluasan informasi melalui media sosial Instagram di Pemerintahan Daerah Istimewa Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian latar belakang yang jelaskan oleh penulis, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Humas Pemda DIY dalam penyebarluasan informasi melalui media sosial *Instagram*?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung Humas Pemda DIY dalam penyebarluasan informasi melalui media sosial *Instagram*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang sudah ditulis ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan strategi Humas Pemda DIY dalam penyebarluasan informasi melalui media sosial Instagram.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan faktor penghambat serta pendukung Humas Pemda DIY dalam penyebarluasan informasi yang ada media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti sangat berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bidang kehumasan.

2. Manfaat praktis:

- a. Penelitian yang dilakukan harapannya dapat bermanfaat bagi pihak badan publik untuk menjadi acuan dalam mengembangkan media sosial Instagram dan memaksimalkan media tersebut di humas pemerintah.
- b. Memberikan informasi kepada publik untuk dapat menjadi manfaat fasilitas yang tersedia sehingga dapat menciptakan pemerintah yang bersifat transparan.
- c. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penggunaan media sosial Instagram sehingga media tersebut dapat dipergunakan sebagai media informasi sebaik-baiknya.