

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pengguna media sosial di Indonesia melebihi 150 juta atau 56 persen dari total populasi berdasarkan hasil penelitian Hootsuite Wearesocial yang diterbitkan pada Januari 2019. Sementara pengguna media sosial seluler (*gadget*) menyentuh 130 juta atau sekitar 48 persen dari populasi (Katadata.co.id, 2019). Hal ini tentu saja akan berdampak keberbagai bidang seperti *e-commerce*, transportasi berbasis daring tidak terkecuali pelayanan pemerintah yang biasa disebut *e-government*. (Batara, Nurmandi, Warsito, & Pribadi, 2018). *E-Government* didefinisikan sebagai penggunaan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan proses bisnis dan pemberian layanan dari departemen pemerintah dan entitas lainnya (Zhao, Shen, & Collier, 2014), salah satunya adalah media sosial (Criado, Sandoval-Almazan, & Gil-Garcia, 2013). Sebagai hasil dari TIK, penyampaian layanan kepada warga kini dilakukan oleh pemerintah sebagai salah satu pemanfaatan e-

government, media sosial memiliki dampak signifikan pada kehidupan politik dan sosial, khususnya dalam pembuatan kebijakan (Batara et al., 2018).

Media sosial telah memodifikasi penggunaan sumber daya utama, seperti forum diskusi dan jaringan komunikasi terbuka untuk individu sebagai saluran komunikasi antara pemerintah atau organisasi dan warga negara (Sáez-Martín, Haro-de-Rosario, & Caba-Perez, 2014). Hal ini didasarkan kepada pertumbuhan media sosial yang semakin eksponensial (Belkahla Driss, Mellouli, & Trabelsi, 2019). *Facebook*, *Twitter*, Flickr, wiki, forum, dan saluran YouTube adalah salah satu situs media sosial paling populer saat ini. Data pada tahun 2015 menunjukkan 65 persen populasi orang dewasa AS menggunakan media sosial. Angka tersebut hampir 10 kali lebih tinggi dari dekade sebelumnya, 15 juta orang Australia aktif di *Facebook* di Australia pada Maret 2019 dan 4,7 juta orang Australia menggunakan *Twitter* (Kankanamge, Yigitcanlar, Goonetilleke, & Kamruzzaman, 2019). Data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Jakarta pada tahun 2015

memperlihatkan bahwa 34,9% populasi manusia di Indonesia sebagai penggunaan Internet, bahkan pada bulan November 2010 Indonesia didaulat sebagai “negara *twitter*” oleh CNN tech (Rumata, 2016).

Beberapa peneliti berpendapat ada hubungan antara media sosial dan pemerintah daerah (Sobaci, 2016). Hal ini didasarkan crowdsourcing data dari media sosial telah dikalim sebagai salah satu infrastruktur TIK yang akan menunjang kebijakan, karena memberikan konten yang *update dan real time* (Magro, 2013). Media sosial juga diadopsi beberapa pemerintah di berbagai bidang seperti, manajemen bencana (Alkhatib, El Barachi, & Shaalan, 2019; Anson, Watson, Wadhwa, & Metz, 2017; Kankanamge et al., 2019; Lu & Brelsford, 2014; Yates & Paquette, 2011; Zhang, Fan, Yao, Hu, & Mostafavi, 2019), perencanaan kota (Brandt, Bendler, & Neumann, 2017; Eom, Hwang, & Kim, 2018; Moreno-Ibarra & Torres-Ruiz, 2019), meningkatkan partisipasi publik (Gilbert et al., 2015; Gintova, 2019; Gunawong, 2014; Hong, 2013; Witanto, Lim, & Atiquzzaman, 2018), saluran pelaporan (Belkahla Driss et al.,

2019; Criado et al., 2013; Gunawong, 2014), dan lainnya. Selain itu media sosial juga memberikan peluang komunikasi baru bagi pemerintah di berbagai hal (Jansen, Zhang, Sobel, & Chowdury, 2013; Sobaci, 2016).

Hal itu didasarkan karena dalam beberapa kasus, masyarakat memilih untuk menggunakan model komunikasi yang tampaknya memiliki jumlah informasi yang terbatas, seperti mencari informasi melalui *database* atau melakukan transaksi model digital (Androutsopoulou, Karacapilidis, Loukis, & Charalabidis, 2019). Di Indonesia sendiri, hampir semua lembaga pemerintah baik yang ada di pusat maupun di tingkat daerah telah memanfaatkan media sosial sebagai platform komunikasinya, terlebih yang telah melabelkan diri sebagai smart city, seperti contoh pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, DKI Jakarta, Kota Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan Bogor serta pemerintah daerah lainnya (Hasibuan & Sulaiman, 2019).

Karakteristik komunikasi dan kepemimpinan memiliki pengaruh yang lebih kuat secara signifikan pada keterlibatan

masyarakat di media sosial (Chu, Chen, & Gan, 2020). Karena pada dasarnya kepemimpinan kepala daerah juga diukur dari seberapa efektif komunikasinya kepada masyarakat (Buluamang, 2018). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ebbers & Wijngaert (2019) menyatakan bahwa penggunaan saluran komunikasi akan berpengaruh kepada kecepatan penerimaan informasi dari pemerintah kepada masyarakat. Selain itu jenis informasi yang didistribusikan dalam media sosial juga akan ikut memengaruhi komunikasi yang terjadi (Depaula, Dincelli, & Harrison, 2017).

Observasi penulis sementara, para kepala daerah memiliki model komunikasi di media sosial yang berbeda-beda. Namun, pada beberapa kepala daerah model komunikasi yang digunakan mampu melibatkan pengguna lainnya dalam berbagai aktivitas di media sosial. Gubernur Provinsi Jawa Barat, Gubernur Provinsi Jawa Tengah, Gubernur Provinsi DKI Jakarta, dan Gubernur Provinsi Jawa Timur yang merupakan gubernur dengan populasi masyarakat tertinggi di Indonesia sudah sepatutnya tidak hanya melibatkan masyarakat secara konvensional semata, melainkan

harus berinovasi juga dengan melibatkan masyarakat di media sosial. Data Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 dan tahun 2020 keempat provinsi tersebut merupakan provinsi dengan penggunaan internet terbesar di Indonesia. Jawa Barat menempati urutan pertama, diikuti Jawa Tengah dan Jawa Timur di posisi kedua dan ketiga, serta DKI Jakarta menempati posisi Ketujuh (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Terlebih keempat kepala daerah tersebut memiliki pencapaian yang baik dalam pengembangan konsep *smart city* terhadap pelaksanaan pembangunan maupun pemerintahan. Selain itu keempat kepala daerah tersebut merupakan representasi dari para kepala daerah yang aktif untuk menggunakan media sosial. Internet dan media sosial telah mengubah cara untuk menjangkau informasi dan komunikasi (Walter & Brüggemann, 2020). Selain itu aktivitas para pimpinan di media sosial mempengaruhi orang lain melalui aktivitas komunikasi yang tinggi, kredibilitas, sentralitas jaringan, dan penggunaan keragaman afektif, tegas, dan linguistik dalam pesan online

mereka (Huffaker, 2010). Melihat jumlah pengguna yang sangat besar tersebut sudah sepantasnya kepala daerah mampu memanfaatkannya dengan maksimal. Ini memberi mereka keuntungan struktural dan kesempatan untuk mempengaruhi penyebaran informasi dan kemudahan komunikasi dalam jaringan (Huffaker, 2010).

Komunikasi juga dinilai memiliki tingkat urgensi dalam memberikan informasi antara pemerintah kepada warganya. Informasi yang diperoleh dapat memudahkan masyarakat dalam menerima berbagai sumber berita yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu cara kepala daerah melakukan komunikasi kepada masyarakat berpengaruh terhadap keterlibatan masyarakat. International Association for Public Participation (IAP2) memberikan beberapa tipologi model komunikasi dalam spektrum partisipasi public, salah satunya adalah model komunikasi dari pembuat kebijakan (Nabatchi, 2012). Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis merasa tertarik untuk meneliti terkait **Model Komunikasi dan Pemanfaatan Media Sosial oleh Kepala Daerah.**

Sebelumnya penulis telah mengidentifikasi 20 penelitian terdahulu yang serupa dengan judul penelitian diatas. Penulis berspekulasi bahwa penelitian dengan judul model komunikasi kepala daerah pada media sosial memiliki beberapa perbedaan yang signifikan, selanjutnya akan dibahas lebih jelas pada bab berikutnya.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, dapat menghasilkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kepala Daerah memanfaatkan Media Sosial?
2. Bagaimana Model Komunikasi yang digunakan oleh Kepala Daerah di Media sosial?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian adalah tugas kompleks yang terdiri dari tahapan dengan kemitraan sistemik untuk menyelesaikan masalah dan untuk mengkompensasi ketidaktahuan manusia untuk mendapatkan kesadaran lebih lanjut tentang masalah tersebut.

Kegiatan penelitian adalah salah satunya mengumpulkan dan menganalisis data aktual, sehingga peneliti dapat mengkomunikasikannya, dan temuannya dapat digunakan untuk keuntungan manusia. Seiring dengan Perumusan Masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial oleh kepala daerah.
2. Untuk mengidentifikasi model komunikasi yang digunakan oleh kepala daerah di media sosial.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Tidak terlepas dari tujuan, maka kegunaan penelitian ini adalah :

1. Untuk proses pembelajaran ilmu pemerintahan, mengevaluasi masalah secara ilmiah berkaitan dengan model komunikasi dan pemanfaatan media sosial oleh kepala daerah dibidang pemerintahan
2. Secara praktis sebagai bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan yang ingin menggunakan hasil

penelitian ini sebagai data untuk analisis atau perbandingan pelaksanaan komunikasi melalui media sosial.

3. Secara teoritis, diharapkan bahwa temuan penelitian yang dilakukan akan memberikan kontribusi pemikiran bagi peneliti selanjutnya yang menciptakan konten sains dan penelitian terkait dengan model komunikasi dan pemanfaatan media sosial oleh kepala daerah.
4. Dari hasil penelitian ini, informasi tentang masalah sosial dan politik yang terkait dengan pemerintah terkait model komunikasi pemerintah daerah di media sosial.