

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi arena efektif perbuatan melawan hukum (Pomounda, 2015) Sehingga media online muncul sebagai media baru (*new media*) yang menjadi tantangan bagi industri media khususnya media sosial. Melalui media online informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja selama ada koneksi internet. Teknologi informasi berhubungan erat dengan bagaimana suatu informasi dapat diproduksi, disimpan, direkayasa, disampaikan ataupun disebarluaskan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab.

Keterbukaan informasi merupakan komponen penting dalam implementasi tata kelola yang baik atau *good governance*. Pada tahun 1990-an konsep *good governance* mulai dikenal di Indonesia. Perubahan untuk mendorong tata pemerintahan yang baik dan pemerintahan yang bersih, yang dimulai pada tahun 1998 yaitu pada era reformasi, telah membantu masyarakat Indonesia mengenal gagasan tata pemerintahan yang baik. Tuntutan itu dilakukan sebagai tanggapan atas disfungsionalnya lembaga negara, masalah pemusatan kekuasaan di tangan presiden akibat konstitusi, dan sulitnya mengarahkan partisipasi publik dalam mengawasi pengendalian pemerintahan pada masa Orde Baru.

*Good governance* menurut Bank Dunia sebagaimana dikutip oleh Wahab (2002:34) adalah suatu konsep dalam penyelenggaraan manajemen pembangunan yang sehat dan bertanggung jawab yang sejalan dengan demokrasi dan pasar yang efisien, penghindaran

salah alokasi dan investasi yang langka, pencegahan korupsi baik secara politik dan administratif, melaksanakan disiplin anggaran, dan menciptakan kerangka hukum bagi tumbuhnya kegiatan kewirausahaan.

Setiap organisasi pemerintahan atau organisasi publik, apapun tingkatannya, memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan publik yang baik dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang baik dan mengembangkan masyarakat yang sejahtera. Badan Tata Usaha Negara (LAN) berkesimpulan bahwa ada sembilan unsur fundamental yang harus ada untuk mewujudkan *good governance*, antara lain partisipasi (*participation*), penegakan hukum (*rule of law*), transparansi (*transparency*), daya tanggap (*responsiveness*), konsensus (*consensus orientation*), kesetaraan dan keadilan (*equity*), efektivitas dan efisiensi, akuntabilitas, dan visi strategis.

Indonesia merupakan bangsa yang saat ini sedang berupaya mewujudkan *good governance* salah satunya dengan implementasi transparansi, yang menjadi salah satu komponen *good governance*. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 28F yang menyatakan bahwa “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki dan menyimpan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yang telah disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Indonesia kini memperkuat komitmennya pada era keterbukaan informasi untuk mendorong tata pemerintahan yang baik (*good governance*). Undang-undang ini, yang mulai berlaku pada tahun 2010 dan terdiri dari 64 pasal, berisi kewajiban kepada badan

publik untuk memungkinkan publik untuk mencari informasi tertentu mengakses informasi terkait pekerjaan mereka.

Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan Sarana untuk memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat khususnya masyarakat Yogyakarta. Berdasarkan tugas dan fungsi dari Kominfo DIY itu sendiri salah satunya adalah mengelola kebijakan secara teknis di bidang komunikasi dan informatika melalui pos, telekomunikasi, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia dan desiminasi informasi.

Agar publik dapat mengontrol setiap penyelenggaraan pemerintahan atau penyelenggaraan negara, keterbukaan informasi menjadi sangat penting. Dalam rangka membangun pemerintahan yang transparan, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 juga merupakan cara untuk memaksimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya. Undang-undang Keterbukaan Informasi ini juga merupakan landasan untuk membangun masyarakat yang beradab yang peduli terhadap administrasi publik yang sehat.

Beberapa lembaga atau instansi publik kini memprioritaskan penerapan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Kominfo Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu instansi yang bertujuan untuk mendorong tata pemerintahan yang baik (*good governance*) dengan melaksanakan keterbukaan informasi publik.

Salah satu tugas dari kehadiran Kominfo DIY adalah informatif dalam menyampaikan informasi serta melakukan keterbukaan informasi publik, hal ini sudah dibuktikan dengan diraihnya anugerah keterbukaan informasi publik oleh Kominfo DIY pada tahun 2021 dari Komisi Penyiaran Pusat RI. Kualifikasi informatif menjadi motivasi

untuk mempertahankann dan meningkatkan kinerja keterbukaan informasi publik oleh seluruh stakeholder di lingkungan pemda DIY sehingga publik dapat dengan mudah mengakses informasi yang ada di dalam Pemerintah Daerah DIY.

Secara bahasa media berarti alat, sarana, ataupun salauran. Sedangkan digital yaitu yang berhubungan dengan perangkat elektronik seperti internet atau komputer. Semakin canggihnya teknologi saat ini maka semakin mudah seseorang untuk mendapat informasi melalui jejaring internet. Namun masyarakat sebagai pengguna internet diharapkan untuk lebih selektif dan bijak dalam menyaring informasi yang dikonsumsi, hal ini juga yang menjadi alasan pentingnya peran Kominfo dalam keterbukaan informasi publik.

Pada era digital ini pemanfaatan media sebagai sarana pertukaran informasi dan komunikasi. Internet mempunyai banyak manfaat bagi kehidupan manusia yang sudah modern seperti saat ini, misalnya seperti menjadi wadah yang luas bagi masyarakat guna membagikan ataupun mendapatkan informasi. Dengan begitu saat ini internet seolah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. (Sumber: Literasi Media Digital Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers).

*Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the cration and exchange of User Generated Content* (Kaplan dan Haenlein, 2010:61). Media Sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content.

Media sosial yang sedang berkembang dan marak digunakan masyarakat yang dirilis oleh Sensor Tower (Moedia, 2020) adalah TikTok, Facebook, Instagram, Snapchat

dan LinkedIn. Di Indonesia sendiri, penetrasi pengguna media sosial terus meningkat menjadi 59% dari 272,1 juta total penduduk Indonesia (Moedia, 2020).

**Tabel 1.1 Pengguna Instagram terbesar di Dunia**

**(Data Indonesia.Id, 2023)**

No.	Negara	Jumlah Pengguna (Juta)
1	India	229,55
2	Amerika Serikat	143,35
3	Brasil	113,5
4	Indonesia	89,15
5	Turki	48,65
6	Jepang	45,7
7	Meksiko	36,7
8	Inggris	28,75

Berdasarkan data tersebut jumlah pengguna Instagram Indonesia berada pada peringkat keempat sebagai masyarakat pengguna Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar memang mempunyai akun Instagram dan dinilai sangat efektif untuk dijadikan sebagai media informasi publik oleh Kominfo DIY.

Penggunaan media sosial memiliki sebuah keuntungan yaitu kemudahan dalam penggunaannya. Dimana teknologi baru yang ditawarkan akan membuat pekerjaan terselesaikan dengan lebih mudah, efektif, dan efisien. Persepsi kemudahan penggunaan media sosial adalah ukuran kepercayaan seseorang bahwa media sosial membawa suatu kemudahan dalam penggunaannya

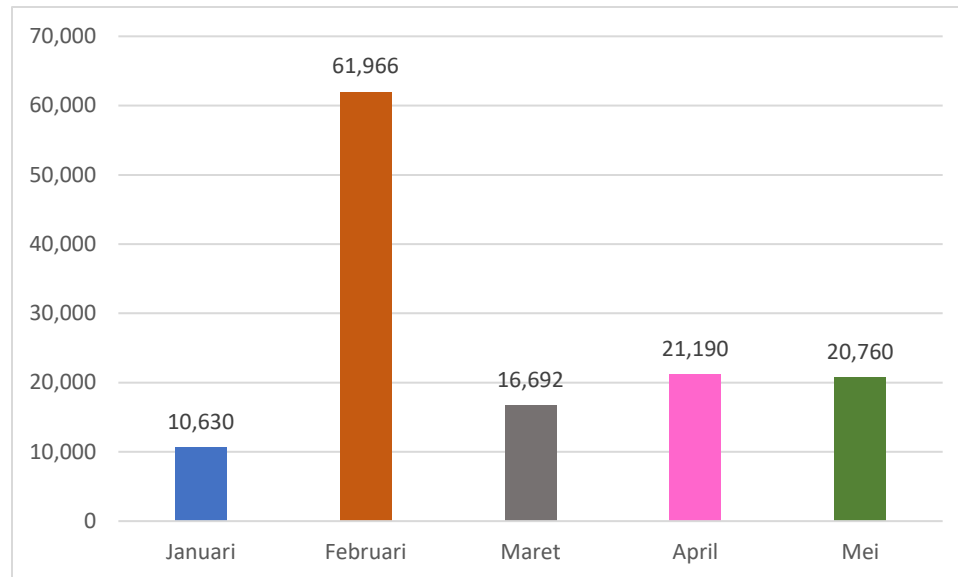
Beragam media sosial ada di Indonesia yang telah melakukan cek fakta, media sosial Kominfo DIY yakni Instagram, Facebook dan juga Twitter menjadi salah satu media sosial yang memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis diantara beberapa media lain.

Pertama, media sosial yang digunakan Kominfo DIY untuk memberikan informasi dengan prinsip transparansi agar terciptanya keterbukaan informasi publik melalui 3 media sosial diantaranya ; yang pertama adalah media sosial Facebook Kominfo DIY, yang kedua adalah Instagram @kominfodiy dan yang ketiga adalah Twitter kominfodiy dengan memberikan berita yang informatif dan beberapa kali memberikan keterangan atau klarifikasi apabila ada pemberitaan yang simpang siur, hal ini merupakan bentuk dari keterbukaan informasi publik yang realisasinya menginformasikan berita yang valid, dan mengendalikan pemberitaan yang tidak tepat.

Informasi lainnya yang dirasa penting yang dibutuhkan oleh masyarakat DIY juga rutin di sampaikan melalui berbagai platform media sosial Kominfo DIY dengan berbagai tema, baik itu tentang peristiwa politik, bisnis, olahraga, entertainment, sosial, budaya, teknologi informasi dan media online. Kominfo DIY menjelaskan bahwa media sosial mereka memberikan pemberitaan yang benar-benar valid, agar tidak adanya berita yang simpang siur beredar di tengah masyarakat.

Dalam 6 bulan terakhir di tahun 2023, peneliti mendapatkan hasil data jika akun Instagram Kominfo DIY memiliki capaian kunjungan tertinggi pada bulan Februari 2023.

**Gambar 1.1 Grafik *insight* akun Instagram Kominfo DIY**



Menurut data diagram batang diatas, pada bulan Januari 2023 jumlah *insight* konten pada Instagram Kominfo mencapai sebanyak 10.630, pada bulan Februari 2023 mencapai 61.699, pada bulan maret capaiannya sebanyak 16.692, pada bulan april yaitu mencapai 21.190 dan pada bulan mei kunjungan konten Instagram Kominfo DIY mencapai 20.760.

Semiotika merupakan ilmu yang tidak hanya merujuk pada tanda berkomunikasi sehari- hari. Semiotika merupakan segala sesuatu yang merujuk pada bentuk-bentuk lain seperti kata- kata, gambar, suara, *gesture* dan objek. Para ahli semiotik modern mengatakan bahwa analisis semiotik modern telah diwarnai dengan tokoh besar yaitu seorang ahli bahasa dari Swiss bernama Ferdinand de Saussure (1957-1913) dan Charles Sanders Peirce (1939-1914) seorang filsuf Amerika. Semiotika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*semeion*” yang artinya tanda/symbol atau “*seme*” yang artinya “penafsir tanda”. Tanda pada masa itu bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain (Alex Sobur, 2017)

Instagram merupakan platform media sosial yang membagikan informasi secara visual dengan beragam macam tanda tanda untuk diketahui maknanya. Instagram Kominfo DIY dalam menyampaikan informasi publik menggunakan postingan postingan berupa foto maupun video dengan tanda tanda atau tema postingan yang sewarna. Oleh karena itu, peneliti disini akan meneliti terkait analisis semiotika visual konten informasi publik pada Instagram Kominfo DIY.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Peran Kominfo DIY yaitu dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik sebagai upaya agar masyarakat mengetahui informasi mengenai proses yang sedang dilaksanakan oleh pemerintah DIY untuk menghindari kesalahpahaman antara masyarakat dan pemerintah.
2. Berkembangnya media sosial memudahkan Kominfo DIY dalam menyampaikan informasi secara transparan kepada masyarakat dengan cepat dan efektif.
3. Fitur-fitur yang tersedia Instagram mendorong Kominfo DIY untuk menciptakan berbagai jenis konten yang kreatif serta untuk visual *branding* yang tujuannya menarik sebuah *engagement*.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana jenis-jenis konten yang disampaikan pada Instagram Kominfo DIY?
2. Bagaimana jenis- jenis informasi publik yang disampaikan pada konten Instagram Kominfo DIY?



3. Bagaimana analisis semiotika visual konten informasi publik pada Instagram Kominfo DIY?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana jenis-jenis konten media sosial Instagram Kominfo DIY
2. Untuk mengetahui bagaimana jenis-jenis informasi publik yang disampaikan di Instagram Kominfo DIY
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika visual konten informasi publik pada Instagram Kominfo DIY

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berikut ini adalah manfaat penelitian dari berbagai aspek teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini terkait bagaimana Kominfo DIY menerapkan visual *branding* konten dalam upaya keterbukaan informasi publik melalui Instagram dengan menggunakan analisis semiotika.

2. Manfaat Praktis:

Bagi Kominfo DIY:

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wujud aspirasi yang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan Kominfo DIY untuk dapat mewujudkan keterbukaan informasi publik.

Bagi pengguna media sosial:

Khususnya masyarakat, dengan mengetahui informasi dengan transparan dari pemerintah melalui Diskominfo agar masyarakat dapat lebih proaktif dalam proses yang

sedang atau akan dilaksanakan oleh pemerintah dan terhindar dari kesalahpahaman antara masyarakat dan pemerintah.

## **1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Terkait rumusan masalah yang diteliti, penulis melakukan pembatasan penelitian untuk menjernihkan fokus penelitian yang dilakukan. Pada dasarnya Kominfo DIY memiliki beberapa macam bidang. Namun, untuk memfokuskan penelitian ini penulis hanya fokus pada satu bidang yaitu analisis semiotika visual konten Instagram Kominfo DIY.

Pada bidang informasi dan komunikasi publik Kominfo DIY, tugasnya sebagai Pelayanan pengembangan dan pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi, Pelayanan pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Penyebaran informasi oleh Kominfo DIY dilakukan beberapa platform media sosial seperti Twitter, Facebook, Tiktok, Instagram, dan lainnya. Penulis akan melakukan batas penelitian hanya pada platform media sosial Instagram Kominfo DIY saja. Hal ini dilakukan karena platform Instagram Kominfo DIY dinilai lebih aktif dan paling *update*.

Adapun dari sisi waktu, peneliti akan memfokuskan pada periode unggahan konten IG Kominfo DI pada bulan Februari 2023. Hal ini dilihat dari *insight* paling tinggi akun Instagram Kominfo DIY pada bulan Februari capaian postingan Instagram Kominfo DIY mencapai 61.966 *viewers*.