

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat 210.026.769 jiwa atau 77,02% tingkat pengguna internet di Indonesia, dengan total populasi penduduk sebanyak 272.682.600 jiwa pada tahun 2021-2022 (APJII, 2022). Kehadiran internet sebagai bagian dari media baru, awalnya memang hanya bisa di akses melalui komputer saja, tetapi saat ini seiring perkembangannya media elektronik lainnya seperti laptop, *smartphone*, komputer tablet bahkan televisi bisa mengakses *internet*.

Media sosial menjadi salah satu fitur media baru yang berbasis internet. Saat ini masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi utama ketika ingin mendapatkan informasi, baik itu informasi daerah, kota maupun luar negeri (Guritno et al., 2022). Sisi positif media sosial yaitu sebagai sarana informasi bermanfaat bagi masyarakat, tetapi dibalik itu terdapat pula sisi negatif, salah satunya yaitu masyarakat rawan terhadap kejahatan siber, penipuan dan hoaks (Mauludi, 2018). Rendahnya tingkat literasi pada masyarakat dalam memilah konten-konten diantara banjirnya informasi di media sosial. Menguatnya informasi hoaks di Indonesia beberapa tahun terakhir ini, membuat masyarakat lemah akan verifikasi atas informasi atau berita yang disajikan (Simarmata et al., 2019). Penyebaran informasi hoaks pada masyarakat didukung oleh data pengamatan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) pada November 2022 terdapat 114 hoaks yang tersebar di media sosial (Kemkominfo, 2022) dan Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia (MAFINDO) dalam *instagram @aji.indonesia* merilis data seputar penemuan 135 hoaks selama bulan Januari sampai Juni 2022 (Mafindo, 2022).

Timbulnya kemudahan dalam mengakses media sosial menjadi cepat dan berkualitas (Fonna, 2019), sehingga diperlukan pengelolaan media sosial yang sesuai dengan kode etik jurnalistik untuk menghindari informasi hoaks.

Pengelolaan media sosial penting dilakukan agar media sosial yang digunakan sesuai dengan tujuan dan fungsinya. Salah satu inovator media baru, Chris Heuer berpikir bahwa pengelolaan media sosial berguna untuk kemudahan dan memenuhi tujuan yang telah direncanakan serta mewujudkan komunikasi yang efektif. Dengan penerapan komponen 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*) yang wajib diterapkan pada media sosial (Juanini et al., 2022).

Instagram menjadi salah satu media sosial favorit masyarakat karena dilihat dari survei Hootsuite & We are Social hampir setengah penduduk Indonesia menggunakan *instagram* atau dengan persentase 43,4% pada Oktober 2022 (Hootsuite & We Are Social, 2022). Tingginya pengguna *instagram*, sehingga tak dapat dipungkiri *instagram* dapat dijadikan sebagai wadah dan penyalur informasi, khususnya suatu wilayah atau daerah, seperti daerah Bekasi. Bekasi adalah salah satu bagian dari provinsi Jawa Barat, daerah yang bisa dikatakan sebagai daerah metropolitan penyangga Ibu Kota. Dengan kelengkapan serta kemudahan sarana dan prasarana sehingga bisa disebut sebagai daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang sangat tinggi dan banyak juga peristiwa yang terjadi (Sihe et al., 2021). Bekasi mencerminkan pola kehidupan masyarakat yang *modern* sehingga cenderung memiliki media sosial sebagai sarana berkomunikasi untuk mendapatkan sebuah informasi. Prinsip masyarakat yang serba cepat dan praktis, membuat media sosial menjadi pilihan tepat sebagai sumber utama ingin *update* terhadap peristiwa yang terjadi, mulai dari berita informasi bencana alam, lalu lintas, kriminal dan lainnya yang meliputi wilayah Kota dan Kabupaten.

Dari munculnya fenomena tersebut, hadir lah Info Bekasi pada tahun 2018 sebagai media informasi masyarakat Bekasi dengan nama pengguna *instagram* @infobekasi untuk membangun masyarakat informasi. @infobekasi rutin memberikan informasi seputar Bekasi kepada masyarakat dengan aktual, *update* dan sesuai kode etik jurnalistik melalui fitur yang tersedia di *instagram* setiap harinya. @infobekasi memiliki pengikut *instagram* 287 ribu pengguna dengan frekuensi unggahan 10 konten *instastory*, 6 konten *feed* dan 2 konten *reels*

terpantau pada 9 Januari 2023 (Info Bekasi, 2023), @infobekasi memberikan berbagai informasi mulai dari informasi lalu lintas, kriminal, pemerintah, bencana, kehilangan, fenomena masyarakat, inspiratif, asal-usul wilayah Bekasi, hingga informasi berbayar atau iklan.

Permasalahan dari internet yaitu penyebaran informasi hoaks terutama di media sosial, salah satunya seperti *instagram*. Jika lihat dari data penggunaannya, *instagram* merupakan salah satu jenis media sosial yang banyak digunakan masyarakat sebagai media informasi, contohnya yaitu informasi tentang daerah. Daerah metropolitan seperti Bekasi, tentu saja masyarakatnya memanfaatkan media sosial sebagai media informasi. Faktor tersebut mendorong munculnya salah satu akun *instagram* yang memuat informasi tentang daerah Bekasi serta mengedepankan kode etik jurnalistik dengan nama @infobekasi. Hadirnya @infobekasi diperlukan terdapat kajian tentang pengelolaan media sosial agar sesuai dengan tujuan dan fungsinya, serta masyarakat informasi yang menggunakan media sosial aman saat menggunakannya.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, maka dari itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi dengan judul “Pengelolaan Media Sosial *Instagram* @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi”.

1.2 Rumusan Permasalahan

Bagaimana pengelolaan media sosial *instagram* @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media sosial pada *instagram* @infobekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi dan rujukan penelitian di bidang kajian media khususnya komunikasi media sosial tentang pengelolaan media sosial dalam sebuah perusahaan, instansi ataupun pengguna *instagram* lainnya dalam memberikan sebuah informasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Info Bekasi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat evaluasi kepada pihak *instagram* @infobekasi dalam membangun media informasi suatu daerah khususnya daerah metropolitan Bekasi.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberitahukan masyarakat tentang pengelolaan media sosial pada *instagram* @infobekasi sebagai media informasi tentang Bekasi.

c. Bagi Pemerintah Kota Bekasi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat evaluasi kepada pemerintah melalui *instagram* @infobekasi untuk memantau dan melihat saran hingga kritik yang disampaikan masyarakat melalui unggahan @infobekasi.