

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial diekspektasikan sebagai ruang publik untuk menyampaikan berbagai ide dan gagasan secara bebas sehingga diharapkan mampu mengubah gaya hidup masyarakat yang semula konsumtif menjadi lebih logis. Saat ini fenomena penyajian informasi semakin berkembang untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun berbagai isu tren yang sedang berkembang di masyarakat. Akun media sosial Instagram @bekasi_24_jam menjadi salah satu akun yang berperan sebagai media informasi seputar Kota dan Kabupaten Bekasi. Akun tersebut menjadi salah satu pemenuh kebutuhan informasi masyarakat khususnya yang berasal dari Bekasi. Terbentuknya akun @bekasi_24_jam menandai perkembangan media yang memberikan pengaruh terhadap karakter komunikasi massa dengan menyediakan ruang publik yang sangat terbuka untuk keterlibatan masyarakat menjadi lebih aktif dan kritis.

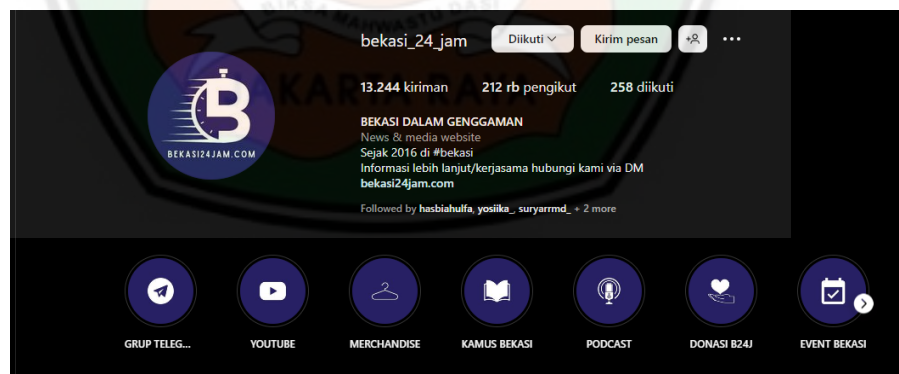
Saat ini berbagai media sosial seperti Instagram telah dimanfaatkan sebagai media untuk membangun sebuah komunitas dalam menyalurkan suatu minat, hobi, dan komunitas berbasis lokasi. Telah lahir berbagai akun yang mampu mengumpulkan massa yang memiliki ketertarikan yang sama. Di Indonesia komunitas-komunitas yang menciptakan akun Instagram bisa berkembang dengan sangat cepat. Salah satunya akun secara spesifik memberikan informasi yang tentang Kota Bekasi seperti @infobekasi.coo, @urbancikarang dan @bekasi_24_jam.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota Bekasi memiliki luas wilayah yang diperkirakan sebesar 210,49 km persegi. Kota Bekasi memiliki jumlah penduduk diprediksi sebanyak 3,7 juta jiwa pada tahun 2023. Kota Bekasi merupakan kota yang administratif karena terletak di sebelah timur kota Jakarta. Bekasi menjadi salah satu pilihan wilayah untuk menetap bagi masyarakat yang bekerja di Jakarta. Secara tidak langsung Kota Bekasi berfungsi sebagai kota yang mengimbangi arus urbanisasi Jakarta. Kota

Bekasi telah menunjukkan berbagai perkembangan seperti dalam kegiatan industri dan perdagangan yang disebabkan oleh letak Kota Bekasi yang cukup strategis. Sehingga hal tersebut menjadi alasan logis untuk mendukung keberlangsungan hidup masyarakat yang menetap di Kota Bekasi (Rizky, 2021).

Dengan bertambahnya jumlah penduduk maka, kebutuhan informasi bagi masyarakat akan semakin meningkat. Apalagi bagi para pendatang yang belum mengetahui banyak hal tentang Kota Bekasi. Para pendatang akan mengandalkan media sosial untuk mencari berbagai kebutuhan informasi. Meningkatnya kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat menyebabkan beberapa pihak menciptakan akun-akun Instagram yang secara khusus menyajikan informasi seputar Kota Bekasi. Keterbatasan informasi harian seputar Kota Bekasi dari pemerintah dalam mengabarkan berbagai informasi telah menjadi kegelisahan bagi warga Bekasi

Kemunculan berbagai akun yang berbagi informasi seputar Kota Bekasi disambut baik oleh masyarakat. Akun-akun tersebut juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membagikan berbagai informasi ataupun peristiwa yang ada di sekitarnya. Akun Instagram @bekasi_24_jam menjadi salah satu media sosial berbasis lokal yang menyajikan berbagai informasi seputar Kota Bekasi dan sekitarnya.



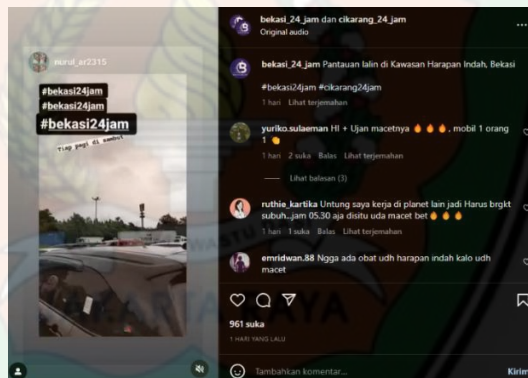
Gambar 1.1. Profil Akun Instagram @bekasi_24_jam

Sumber: Akun Instagram @bekasi_24_jam (15/03/2023)

Akun Instagram @bekasi_24_jam sudah memiliki jumlah pengikut adalah sebanyak 212 ribu pengikut dan sudah memiliki unggahan sebanyak 13.244 (akses 15 Maret 2023) yang masih terus bertambah setiap harinya. Akun Instagram @bekasi_24_jam berbagi informasi tentang peristiwa yang terjadi di sekitar Bekasi.

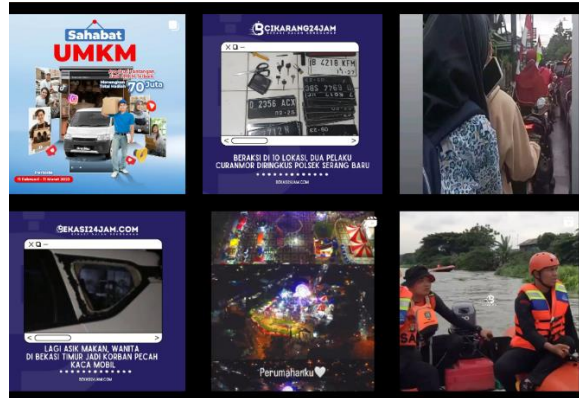
Setiap harinya akun tersebut akan mengunggah foto maupun video terbaru berdasarkan berbagai peristiwa yang terjadi pada hari tersebut.

Kecepatan arus informasi yang dimiliki oleh akun @bekasi_24_jam tidak lepas dari peran masyarakat sebagai jurnalisme warga atau *citizen journalism*. Jurnalisme warga akan melibatkan warga dalam melaporkan maupun mengabarkan suatu peristiwa yang ada di sekitarnya. Kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh warga adalah mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi sebuah berita yang kemudian akan disebarakan melalui media sosial. Peran jurnalisme warga memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat karena aspirasi yang dimiliki oleh masyarakat bisa tertampung. Jurnalisme warga memberi ruang kebebasan bagi warga untuk berpendapat sehingga hal ini menjadi nilai demokrasi. Jurnalisme warga muncul karena kebutuhan informasi masyarakat semakin meningkat namun media massa tidak bisa memenuhi kebutuhan informasi sebagai media penyaji informasi. Banyak sekali media online yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengambil peran sebagai *citizen journalism*.



Gambar 1.2. Informasi Kiriman Warga yang Diunggah oleh @bekasi_24_jam
Sumber: Akun Instagram @bekasi_24_jam (15/03/2023)

Konten utama yang dibuat oleh akun @bekasi_24_jam adalah informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di Kota dan Kabupaten Bekasi. Informasi yang disajikan seperti informasi seputar arus lalu lintas, bencana alam, kriminalitas, tempat wisata, dan sebagainya. @bekasi_24_jam memiliki semangat dalam berbagi informasi untuk para pengikutnya karena akun tersebut akan selalu memberikan pembaha informasi terbaru dengan sangat cepat. Unggahan tersebut bisa berupa foto maupun video yang diunggah ke *feed* atau *instastory*.



Gambar 1.3. Feeds Instagram @bekasi_24_jam

Sumber : Akun Instagram @Bekasi_24_jam (17/03/2023)

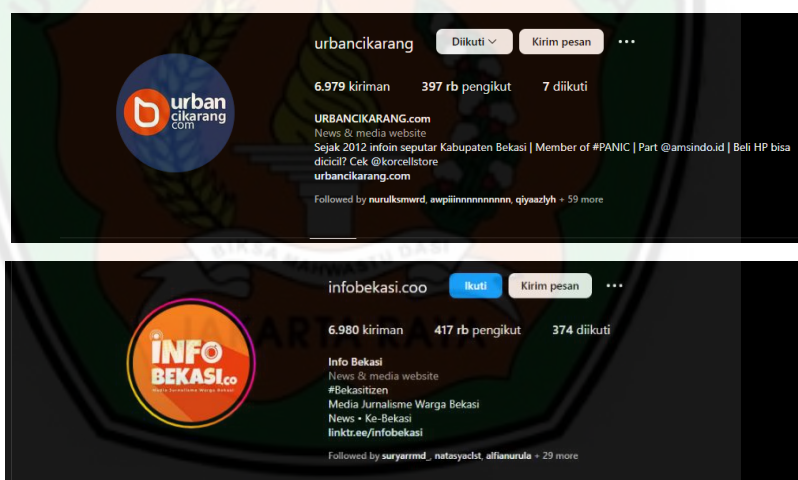
Jumlah pengikut yang terus meningkat setiap hari menjadikan @bekasi_24_jam banyak dikenal dan diikuti oleh banyak pengguna Instagram baik itu penduduk Bekasi maupun dari luar Bekasi. Kepopuleran ini juga dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk melakukan promosi usaha yang mereka miliki melalui akun @bekasi_24_jam. Dapat ditemukan melalui beberapa unggahan @bekasi_24_jam ikut serta mempromosikan beberapa bisnis dalam berbagai bidang seperti kuliner, kecantikan, fashion, dan masih banyak lagi. Para pengguna bisa melihat peluang yang ada pada akun @bekasi_24_jam dengan melakukan pemasaran produk melalui unggahan di akun tersebut. Sehingga nantinya para pengikut akun tersebut akan tahu lebih banyak mengenai sebuah produk yang diiklankan @bekasi_24_jam. Biasanya bentuk kerja sama memasarkan sebuah usaha yaitu berupa foto atau video yang diunggah melalui *feed* atau *instastory*.



Gambar 1.4. Promosi produk melalui feeds pada akun @bekasi_24_jam

Sumber: Akun Instagram @bekasi_24_jam (17/03/2023)

Keunikan yang ditunjukkan oleh @bekasi_24_jam adalah bagaimana cepatnya arus informasi yang dimiliki oleh akun ini. Dapat ditemukan akun-akun informasi seputar Kota Bekasi yang memiliki jumlah pengikut lebih banyak daripada @bekasi_24_jam seperti akun @urbancikarang dengan jumlah pengikut sebanyak 397 ribu dan akun instagram @infobekasi.coo dengan pengikut sebanyak 417 ribu. Kedua akun tersebut sama-sama memberikan informasi seputar Bekasi namun yang menjadi pembeda adalah interaksi kedua akun tersebut dengan pengikutnya tidak terjalin terlalu sering atau bahkan tidak sama sekali. Bentuk interaksi yang dilakukan oleh @bekasi_24_jam adalah me-repost setiap unggahan instastory yang ditandai oleh para pengikut akun @bekasi_24_jam. Sebagian dari informasi yang diunggah sebagai konten akun tersebut adalah informasi yang berasal dari masyarakat yang berperan sebagai *citizen journalism* yang membuat arus informasi menjadi sangat cepat. Setiap hari akan ada informasi baru yang masuk yang berasal dari masyarakat melalui akun @bekasi_24_jam.



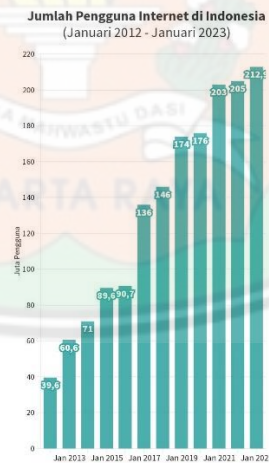
Gambar 1.5. Profile akun Instagram @urbancikarang dan @infobekasi.coo
Sumber: Akun Instagram @urbancikarang dan @infobekasi.coo (19/03/2023)

Dampak revolusi digital telah membentuk manusia menjadi masyarakat digital yang terhubung dengan jaringan teknologi sehingga memberikan banyak pengaruh bagi kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah memberikan kemudahan bagi manusia dalam memperoleh berbagai informasi dan melakukan komunikasi dengan sesama. Informasi telah menjadi kebutuhan dasar manusia saat ini. Hal ini membuat manusia berusaha untuk mengikuti

perkembangan yang ada. Hal tersebut telah menjadi bagian terpenting terhadap setiap aspek kehidupan manusia.

Era digital telah memasuki babak baru yang semakin maju dan semakin mudah untuk diakses oleh siapapun. Internet merupakan sebuah ruang digital yang mudah diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer, laptop, gawai, dan sebagainya. Kemudahan dalam mengakses internet mampu menghubungkan antar individu dan kelompok dalam suatu ruang siber atau *cyberspace*. Gibson memperkenalkan istilah “*cyberspace*” yaitu sebuah ruang yang tidak nyata namun bisa dirasakan keberadaannya bahkan bisa seperti nyata dalam benak seseorang (Nasrullah, 2014).

We Are Social menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia terhitung sejak Januari 2012 telah mencapai 212 juta pengguna. Jumlah ini diperkirakan sebesar 77% dari populasi penduduk Indonesia. Jumlah ini telah naik sebesar 3,85% dibandingkan jumlah pengguna internet tahun lalu. We Are Social juga menyatakan bahwa penduduk Indonesia menggunakan internet rata-rata selama 7 jam 24 menit setiap harinya. Namun masih ada sebanyak 63,5 juta penduduk Indonesia yang masih belum memiliki koneksi internet ditahun 2023(Rizaty, 2023).



Gambar 1.6. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social (10/03/2023)

Media memegang peran yang sangat penting terutama dalam hal pengambilan keputusan yang dilakukan oleh khalayak yang ditentukan oleh seberapa cepat arus informasi bisa diakses. Hal tersebut mengharuskan setiap orang menguasai teknologi dan mengikuti perkembangan media. Karena kemajuan sebuah negara

juga ditentukan oleh seberapa besar penguasaan teknologi informasi yang bisa dilakukan oleh masyarakat dari negara tersebut. Indonesia merupakan satu dari banyaknya negara berkembang yang saat ini berusaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mampu memahami pentingnya pemanfaatan teknologi informasi.

Perkembangan teknologi juga diiringi oleh kemunculan berbagai media sosial yang turut menjadi perhatian setiap orang. Rasanya tidak mungkin jika masyarakat modern saat ini tidak menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dan informasi. Media sosial memberikan kebebasan bagi para penggunanya untuk berekspresi dan mengutarakan opini melalui platform media sosial. Kehadiran beberapa platform media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Whatsapp dan sebagainya mampu menawarkan interaktifitas yang memungkinkan para pengguna bisa memilih berbagai informasi yang diminati.

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang saat ini sedang banyak diminati oleh khalayak. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang bisa digunakan untuk berbagi foto maupun video yang bisa disertai dengan tulisan atau *caption*. Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster menyatakan, bahwa sejak Instagram secara resmi diluncurkan pada tahun 2010 hingga saat ini Instagram sudah memiliki pengguna aktif sebanyak 400 juta pengguna yang berasal dari seluruh dunia (Darestuti, 2022).

Hasil temuan perusahaan riset dan analisis Inggris yaitu TNS menyatakan bahwa masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram sebagai media untuk mencari inspirasi dalam berbagai bidang kehidupan. Selain itu masyarakat Indonesia juga senang berbagi pengalaman, mencari berbagai tren baru, serta bergabung dengan berbagai komunitas yang diminati oleh para pengguna Instagram (Prihatiningsih, 2017). Media sosial Instagram telah menjadi ruang publik yang membuat para penggunanya bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk berbagi foto, video, informasi, atau bahkan hanya sekedar melihat-lihat atau menanggapi berbagai informasi yang diterima.

Instagram memiliki berbagai fitur yang bisa digunakan oleh para penggunanya. Fitur *Instagram Stories* menjadi salah satu fitur yang paling banyak digunakan oleh para pengguna Instagram. Terutama para pebisnis ataupun *Influencer* yang

memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mencari sumber penghasilan. Dengan menggunakan fitur *Instagram Stories* memungkinkan pengguna Instagram membangun interaksi yang aktif dengan para pengikutnya dengan berbagai fitur lainnya seperti *Ask Me Questions*, *Gift*, *Poll*, *Votes*, *Hastag* dan sebagainya. Pada fitur *Like*, *Comment*, dan *Share* memungkinkan para pengguna memberikan reaksi terhadap unggahan milik orang lain dengan menyukai unggahan tersebut melalui fitur *Like*, lalu meninggalkan komentar pada fitur *Comment* serta berbagi unggahan milik orang lain kepada sesama pengikut. Fitur *Direct Message* (DM) merupakan fitur yang memberikan kesempatan kepada pengguna Instagram untuk mengirim pesan, foto, maupun video secara pribadi kepada satu orang ataupun kedalam sebuah grup. Serta masih banyak lagi fitur-fitur lainnya seperti *Story Archive*, *Activity*, *Geotagging* dan sebagainya (Sendari, 2019).

Banyak sekali faktor yang membuat masyarakat modern memilih untuk menggunakan Instagram. Berbagai fitur yang diciptakan mendorong para pengguna Instagram berkeinginan untuk mengetahui hal apa saja yang bisa dilakukan dan didapat melalui penggunaan Instagram. Dahulu pertukaran informasi hanya bisa dilakukan di media massa saja. Namun sejak kehadiran media sosial menerpa kehidupan masyarakat, informasi yang masuk melalui media sosial menjadi tersebar sangat cepat kepada khalayak luas. Hal tersebut menyebabkan masyarakat memilih untuk menyebarkan informasi maupun mencari informasi melalui media sosial.

Kecenderungan masyarakat dalam membagikan berbagai informasi yang ada di sekitarnya melalui media sosial, membuat informasi tersebut seringkali dijadikan sebagai sumber awal bagi sebuah platform media massa dalam menciptakan sebuah berita. Dalam hal ini media juga memiliki peran untuk memastikan kebenaran informasi yang banyak beredar di media sosial Instagram (Qonaati, 2021). Oleh karena itu banyak sekali pihak yang menciptakan akun Instagram yang secara khusus berbagi informasi mengenai suatu bidang yang diminati oleh banyak orang. Semula institusi media menjadi satu-satunya lembaga yang menyajikan berita untuk masyarakat. Namun saat ini khalayak berlomba-lomba untuk ikutserta menyebarkan berbagai peristiwa dan informasi yang ada disekitarnya (Nasrullah, 2015).

Menurut Shirky dalam (Gumilar, 2015), Media sosial telah berevolusi menjadi sebuah alat untuk meningkatkan kemampuan setiap penggunanya untuk berbagi (*to share*), melakukan kerjasama (*to co-operate*) dengan sesama pengguna dan melakukan berbagai tindakan yang ada di dalam maupun di luar sebuah insitusal atau organisasi. Ketika seseorang tertarik untuk berpartisipasi maka, orang tersebut akan memberikan berbagai macam *feedback* secara terbuka. Banyak sekali pengaruh yang diberikan oleh Instagram bahkan mampu mengubah kehidupan seseorang menjadi lebih baik lagi maupun sebaliknya tergantung bagaimana pemanfaatan Instagram itu sendiri.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muh Ansori dengan judul Strategi Pengelolaan Media Dakwah Digital: Studi Pada Akun Instagram @surabayamengaji, penelitian tersebut menjelaskan bahwa akun @surabayamengaji berperan sebagai media dakwah digital melalui media sosial instagram memerlukan pengelolaan akun dengan baik. Akun @surabayamengaji memilih instagram sebagai media dakwahnya karena berbagai kelengkapan fitur yang mendukung setiap proses dalam usaha berbagi informasi. Dengan menerapkan strategi pengelolaan akun yang tepat maka pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada para pengikutnya bisa tersampaikan dengan baik. Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Chairunina dengan judul Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram Kemendikbud dalam Meningkatkan Brand Engagement (Studi kasus @kemendikbud.ri), penelitian tersebut menjelaskan bahwa sebagai sebuah akun dalam mengelola sebuah aktivitas untuk berkomunikasi melalui media sosial memerlukan rencana strategi komunikasi untuk menunjang keberhasilan dalam mengelola sebuah media sosial. akun @kemendikbud.ri mengelola akun media sosialnya untuk dapat meningkatkan brand engagement. Penelitian terdahulu yang lain yang dilakukan oleh Ricko dan Ahmad Junaidi dengan judul Analisis Strategi Konten dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion), penelitian tersebut menjelaskan bahwa startegi konten yang dimiliki oleh akun youtube Froyonion didasarkan pada berbagai perencanaan dan pertimbangan yang telah disesuaikan dengan segmentasi audiens. Seperti apa pesan yang akan disampaikan, strategi penyampaian pesan, target, desain visual yang perlu dilakukan.

Penelitian ini dilakukan karena akun media sosial instagram @bekasi_24_jam merupakan salah satu dari banyak akun informasi yang secara khusus berbagi informasi seputar Bekasi. Salah satu contoh lain akun yang bergerak dibidang yang sama adalah akun @infobekasi.coo dengan jumlah followers lebih banyak dari @bekasi_24_jam. Namun akun yang akan diteliti oleh peneliti yaitu @bekasi_24_jam mampu tetap bersaing dengan akun besar lainnya. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya pengguna instagram yang lebih memilih untuk memposting berbagai peristiwa yang terjadi di Bekasi lalu menandai akun instagram @bekasi_24_jam. Sehingga menjadi keunikan akun instagram @bekasi_24_jam yang selalu membangun interaksi yang baik dengan cara mengunggah ulang kiriman para pengikut akun instagram tersebut. Peneliti ingin memahami dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dimiliki oleh akun instagram @bekasi_24_jam dalam melakukan perencanaan pesan media sosial sebagai media informasi bagi masyarakat. Strategi perencanaan pesan media sosial akan membantu tujuan yang ingin dicapai akun tersebut yaitu sebagai media informasi bagi masyarakat.

Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana strategi perencanaan pesan pada akun instagram @bekasi_24_jam mampu menyajikan berita bagi warga Bekasi. Peneliti ingin mengetahui bagaimana akun @bekasi_24_jam mampu bertahan dan secara konsisten terus berbagi informasi kepada masyarakat meskipun dikelilingi oleh berbagai akun besar dengan tujuan yang sama. Sumber informasi berasal dari pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi dengan narasumber. Melalui keunikan yang ditunjukkan oleh akun instagram @bekasi_24_jam, peneliti tertarik untuk melakukan analisis tentang bagaimana strategi yang dimiliki oleh @bekasi_24_jam dalam mengelola akun instagram sebagai media informasi bagi masyarakat. Apalagi dilihat dari cepatnya arus informasi yang dimiliki oleh akun tersebut. Selain itu ketertarikan lain yang dimiliki peneliti adalah ingin melihat fenomena tentang bagaimana sebuah komunitas mampu memanfaatkan media sosial sebagai media baru dalam mengembangkan media massa.

Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi individu maupun kelompok organisasi yang ingin membangun sebuah media informasi. Dalam membangun

sebuah media informasi diperlukan perencanaan pesan yang baik sehingga pesan yang disampaikan bisa terorganisir. Dalam memberikan informasi kepada khalayak luas maka informasi atau pesan yang hendak disampaikan harus terencana, terstruktur, serta memiliki gaya ataupun ciri khas. Berbagai kemajuan teknologi informasi serta kemudahan mempelajarinya akan menjadi langkah awal untuk mempelajari pengelolaan media sosial sebagai media penyebaran informasi. Dengan memahami konsep dasar tentang perencanaan pesan maka anda bisa membuat strategi perencanaan pesan melalui media sosial. Hal itu akan mendukung pemanfaatan teknologi dan media secara etis untuk mendapatkan berbagai informasi dan pengetahuan bagi masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka fokus penelitian yang akan diteliti adalah memahami strategi perencanaan pesan yang dilakukan oleh akun @bekasi_24_jam melalui media sosial Instagram.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Bagaimana strategi perencanaan pesan yang dilakukan oleh akun @bekasi_24_jam menyajikan informasi melalui media sosial Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Memahami strategi perencanaan pesan yang dilakukan oleh akun @bekasi_24_jam melalui media sosial Instagram dalam menyajikan informasi bagi masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi yang positif dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang perencanaan pesan media sosial sehingga dapat menciptakan sebuah ruang informasi yang terpadu bagi masyarakat.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi penambah wawasan dan pengetahuan bagi akun-akun instagram berita lokal dalam melakukan perencanaan pesan. Sehingga akun-akun tersebut bisa menyajikan informasi yang sesuai bagi masyarakat.