

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era digital seperti saat ini, media informasi pemerintahan semakin beragam dan mudah untuk diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain untuk alat komunikasi, media informasi juga berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam memonitor kinerja pemerintahan saat ini. Media informasi pada era digital ini terdiri dari situs web pemerintahan yang biasanya menyajikan berbagai informasi seperti profil pemerintahan, program kerja, hingga jadwal kegiatan pemerintahan tersebut; aplikasi *mobile* dimana pemerintahan menciptakan aplikasi-aplikasi khusus untuk mengakses informasi publik; serta akun media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram* untuk menyampaikan informasi publik dan mendapatkan umpan balik dari masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maxim Wolf, dkk (2017) tampak adanya perkembangan penggunaan media sosial dari masa ke masa yang awalnya media sosial sebagai cara berkomunikasi personal kemudian berkembang menjadi bagian pekerjaan. Media sosial kini dipandang sebagai sarana publisitas yang menjanjikan juga menjadi sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Penggunaan media sosial untuk mendukung kerja dilakukan oleh 60% pengguna internet, sehingga Indonesia menduduki posisi nomor tiga di dunia. Artinya, orang Indonesia bermedia sosial tidak hanya untuk bersenang-senang, tetapi juga untuk bekerja (Ratmono 2021).

Seiring dengan penggunaan media sosial yang semakin massif, organisasi pemerintahan pun mulai terjun ke media sosial khususnya *instagram* untuk memperluas jangkauan dan interaksi dengan masyarakat. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi media sosial populer yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto dan video dengan teman serta pengikut akun tersebut. Aplikasi ini juga memiliki banyak fitur pendukung lainnya. *Instagram* dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dimana pertama kali diluncurkan pada tahun 2010. Sejak diluncurkan,

*instagram* telah berkembang menjadi salah satu aplikasi media sosial populer di dunia, dengan lebih dari miliar pengguna aktif bulanan. Hingga Januari 2023, Instagram menduduki peringkat kedua sebagai media social paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia dengan data yang dapat dilihat pada tabel berikut (Muhtar 2023):

Tabel 1.1. Data Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia

| No | Media Sosial       | Persentase |
|----|--------------------|------------|
| 1  | WhatsApp           | 92.1 %     |
| 2  | Instagram          | 86.5 %     |
| 3  | Facebook           | 83.8 %     |
| 4  | Tiktok             | 70.8 %     |
| 5  | Telegram           | 64.3 %     |
| 6  | Twitter            | 60.2 %     |
| 7  | Facebook Messenger | 51.9 %     |

Meningkatnya jumlah akun *instagram* resmi pemerintah dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa pemerintah semakin menyadari pentingnya memanfaatkan *instagram* untuk menyebarkan informasi. Memang, *instagram* mencapai puncak kejayaan dan menjadi salah satu media sosial paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia dengan total pengguna aktif mencapai 61 juta orang. *instagram* memiliki kelebihan pada fitur yang dimiliki, yaitu pada *instagram story, feed, reels, dan IG TV*. Kenyataan bahwa banyak pengguna menggunakan kamera handphone untuk berfoto atau merekam video, membuat *instagram* mencapai kesuksesannya (Bachtar 2022).

*Instagram* pemerintahan seringkali menggunakan konten visual seperti gambar dan video untuk menyampaikan informasi. Hal ini dilakukan untuk dapat menarik pengguna dan memudahkan audiens untuk memahami informasi yang disampaikan. Seperti yang diasumsikan pada teori kekayaan media, bahwa media yang kaya adalah media yang bisa mengurangi ketidakpastian informasi yang disampaikan (Littlejohn 2009). Media dengan gambar dan video lebih kaya dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Serta

menurut teori pemrosesan informasi sosial, komunikator menggunakan isyarat verbal untuk menyampaikan informasi yang tersedia secara virtual sehingga harus diekspresikan secara tertulis melalui media online (Littlejohn 2009). Dapat diasumsikan bahwa *instagram* adalah media yang kaya dan penggunanya berusaha semaksimal mungkin untuk mengekspresikan pesannya melalui gambar dan video serta fitur lain yang dimilikinya. Kondisi ini juga yang membuat *instagram* menjadi pilihan yang tepat bagi pemerintahan untuk menyebarkan informasi kepada publik.

Penerimaan informasi ini tentu juga disebabkan oleh berbagai macam karakteristik pengguna *instagram*, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, tujuan penggunaan, dan banyak lagi, serta seberapa banyak terpaan yang mereka terima ketika mengonsumsi media tersebut, seperti seberapa sering dan lamanya mereka menaruh perhatian terhadap *instagram* tersebut. Karakteristik pengguna *instagram* ini dapat memengaruhi penerimaan konten dan interaksi dalam media tersebut, mungkin pengguna yang muda lebih tertarik dengan konten yang trendi, sementara pengguna usia tua lebih tertarik pada konten yang lebih fokus pada informasinya, pengguna dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih mudah dalam memahami informasi sekalipun bahasa yang digunakan cukup ilmiah. Pengguna yang lebih sering melihat postingan suatu akun tentu lebih mengetahui informasi terkait dibandingkan dengan pengguna yang jarang melihat postingan atau mengunjungi suatu akun *instagram*. Maka dengan mengetahui karakteristik pengguna suatu *instagram* serta terpaan medianya, akun pemerintahan bisa melakukan penyesuaian agar keberadaannya lebih diterima oleh audiens yang ada sehingga diharapkan penggunaan *instagram* pemerintahan ini semakin efektif.

Selain sebagai media informasi, *instagram* juga membawa pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberlangsungan suatu instansi pemerintahan, seperti halnya menurut penelitian Dina Anggia Marpiana, dkk yang berjudul “Pengaruh penggunaan media sosial milik instansi pemerintah pada kepercayaan terhadap pemerintah daerah (studi pada media sosial milik Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi DKI Jakarta)”,

menurut penelitian tersebut terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah yang meliputi berbagai macam faktor seperti transparansi dan interaktivitas komunikasi yang terjadi melalui media sosial tersebut. Sejalan dengan penelitian Dina, pada penelitian Agnes & Ira yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial *instagram* @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial *instagram* @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Dari dua penelitian tersebut, dapat kita mengambil makna bahwa peranan media sosial *instagram* instansi pemerintah membawa dampak yang cukup besar terhadap publik instansi tersebut.

Beberapa instansi pemerintahan yang aktif di *instagram* adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (@kemenkominfo), Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (@kemendikbud), Kementerian Kesehatan (@kemenkes\_ri), Badan Nasional Penanggulangan Bencana (@bnpb\_indonesia), dan masih banyak lagi. Penggunaan *instagram* pemerintah ini memberikan beberapa efek positif bagi instansi tersebut, di antaranya adalah meningkatnya keterlibatan masyarakat, transparansi dan akuntabilitas, terciptanya citra positif, keterbukaan dan kolaborasi, serta efektivitas dan efisiensi. Penyampaian informasi yang cepat dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi instansi pemerintahan dalam menyampaikan informasi publik.

Badan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (BP2MI) merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang berkedudukan langsung di bawah Presiden yang bertugas memberikan pelayanan terhadap Pekerja Migran Indonesia (PMI). Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2019 tentang Badan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia, BP2MI mempunyai tugas melaksanakan kebijakan pelayanan dalam rangka penempatan dan pelindungan Pekerja Migran Indonesia secara terpadu. Menurut Undang-undang Nomor 18 Tahun 2017 tentang Pelindungan Pekerja Migran Indonesia, disebutkan bahwa Pekerja Migran Indonesia (PMI) adalah setiap Warga Negara Indonesia yang akan, sedang, dan atau telah melakukan

pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia. PMI ini adalah Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang kini penyebutannya sudah berubah menjadi PMI.

Struktur organisasi BP2MI sendiri terdiri dari Sekretariat Utama dan beberapa Deputi yang berpusat di DKI, serta memiliki Unit Pelaksana Teknis yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia yaitu terdiri dari 23 Unit Pelaksana Teknis yang kini disebut dengan Balai Pelayanan Perlindungan Pekerja Migran Indonesia (BP3MI). Salah satu tugas BP3MI berdasarkan Peraturan Kepala Badan Nasional Penempatan dan Pelindungan Tenaga Kerja Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia adalah pengelolaan data dan informasi penempatan dan perlindungan PMI.

BP3MI Sumatera Barat, sebagai salah satu unit pelaksana teknis BP2MI yang berlokasi di Jl. Rasuna Said, Kota Padang juga menjalankan tugas dan fungsinya sebagai pelayan publik khususnya PMI dengan memanfaatkan sistem informasi yang ada untuk menyebarkan segala informasi yang dianggap perlu kepada khalayak banyak khususnya PMI. BP3MI Sumatera Barat memanfaatkan berbagai macam media sebagai sarana untuk penyebaran informasi tersebut. Pada tahun 2021 BP3MI Sumbar bahkan membuat Surat Keputusan (SK) mengenai Tim Pengelola dan Pengembangan Media BP3MI Sumbar dengan pertimbangan bahwa untuk mengoptimalkan pengelolaan media dan website yang dimiliki. Hal ini membuktikan keseriusan BP3MI sumbar dalam penyebaran informasi melalui media. Salah satu media yang digunakan adalah *instagram* yang memiliki nama profil @bp3mi\_sumbar.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketua Tim Pengelola dan Pengembangan Media BP3MI Sumbar, beliau menyebutkan bahwa walaupun pengelolaan media bukan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) utama BP3MI Sumbar, serta tidak adanya bagian Humas pada BP3MI Sumbar, pengadaan Tim Pengelola dan Pengembangan Media ini diharapkan mampu menjangkau publik dengan lebih mudah tanpa mengenal batas ruang dan waktu.

*Instagram* @bp3mi\_sumbar dibuat sejak tahun 2017, tetapi pengelolaan *instagram* ini belum begitu aktif, dimana postingan pada *instagram* tersebut dimulai pada tahun 2018 hanya dengan jumlah satu postingan, tahun 2019 hanya 22 postingan. Namun, sejak terjadinya pandemi pada awal tahun 2020, untuk tetap menjalankan tupoksinya dan adanya dorongan terus menerus dari pimpinna, pengelola *instagram* mulai fokus lagi untuk aktif sehingga pada tahun 2020 ini sudah banyak terdapat postingan- postingan sehingga jumlah *followers* *instagram* @bp3mi\_sumbar meningkat. Adanya media sosial *instagram* ini menurutnya sangat memudahkan BP3MI Sumbar untuk tetap menjalankan tupoksinya di tengah pandemi COVID19 yang melarang adanya penempatan PMI keluar negeri sehingga turut menjadi hambatan BP3MI Sumbar sehingga mengalami penurunan jumlah penempatan secara drastis, serta memang tugas yang bisa dijalankan hanyalah penyebarluasan informasi atau sosialisasi yang dilakukan secara daring.

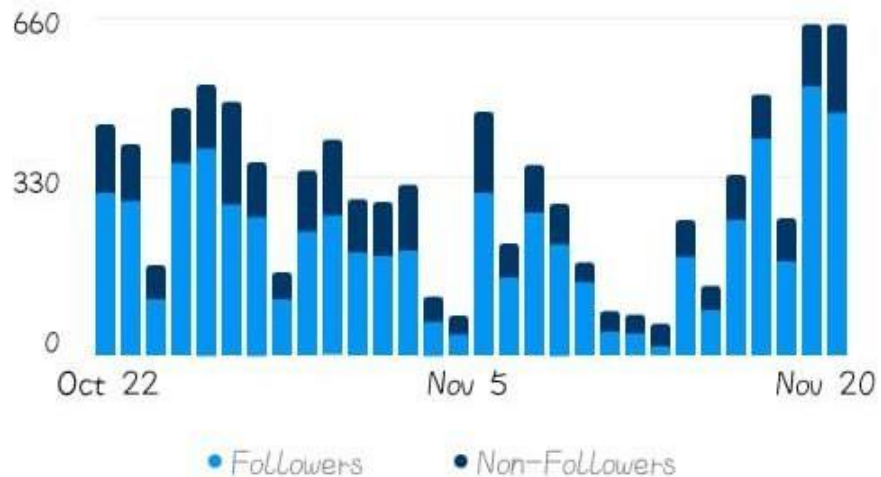
Pada saat ini @bp3mi\_sumbar memiliki jumlah *followers* sebanyak 1664. Ini merupakan angka yang cukup tinggi untuk golongan akun instansi pemerintahan jika melihat perkembangan *instagramnya* yang mulai aktif baru pada tahun 2020, yang masih tergolong baru. Data pada Insight *instagram* pun memperlihatkan perkembangan yang baik. Insight *instagram* dapat merupakan fitur *instagram* untuk memberikan sedikit gambaran mengenai analisis perkembangan akun. Dalam sebulan terakhir (22 Oktober 2022 – 20 November 2022) @bp3mi\_sumbar dapat menjangkau 2360 akun, artinya sebanyak 2360 pengguna sudah melihat akun @bp3mi\_sumbar bahkan lebih dari setengahnya, yaitu sebanyak 1426 angka bukan merupakan *followers* @bp3mi\_sumbar.

## Account insights

[See all](#)

2,360 accounts reached in the last 30 days

1,426 are non-followers



Gambar 1.1. Insight Akun *instagram* @bp3mi\_sumbar  
22 Oktober 2022 - 20 November 2022

Kemudian jika dibandingkan dengan UPT lain di Sumatera seperti Aceh (@bp3mi.aceh) dan Riau (@bp3mi\_riau), @bp3mi\_sumbar memiliki angka *followers* yang lebih tinggi. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa sebenarnya *instagram* @bp3mi\_sumbar memiliki potensi yang cukup baik sebagai platform sumber media informasi. Namun, dua UPT lainnya yaitu BP3MI Sumatera Utara (bp3mi\_sumut) dan Lampung (bp3mi\_lampung) memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak.

Tabel 1.2. Jumlah *Followers* *instagram* UPT BP2MI di Sumatera

| Nama UPT       | Jumlah <i>Followers</i> |
|----------------|-------------------------|
| @bp3mi.aceh    | 1049                    |
| @bp3mi_riau    | 1331                    |
| @bp3mi_sumbar  | 1664                    |
| @bp3mi_sumut   | 3820                    |
| @bp3mi_lampung | 2774                    |

Hal signifikan yang terlihat berdasarkan observasi awal peneliti adalah,

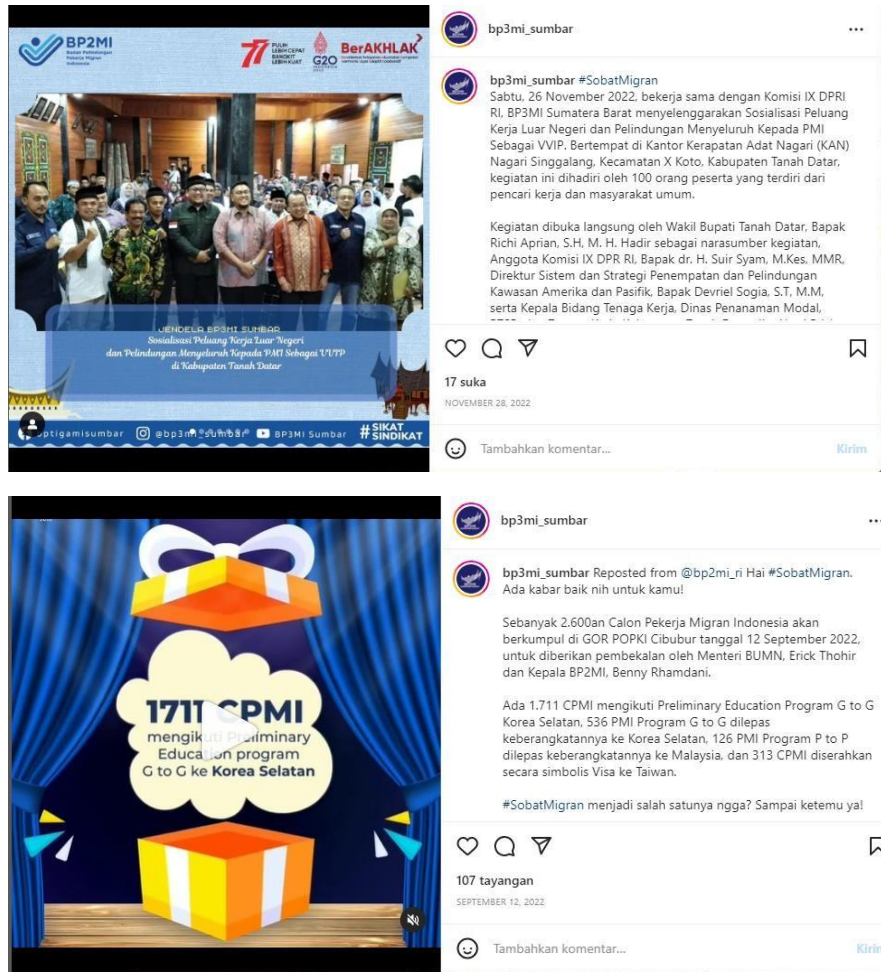
bahwa kedua akun *instagram* ini rajin dan konsisten dalam membuat *instagram* story serta menanggapi komentar-komentar *followers*. Beberapa ciri akun *instagram* yang memiliki potensi untuk menjadi populer dan sukses adalah fokus pada bidangnya, konten yang berkualitas dan menarik, serta memiliki aktivitas sosial yang tinggi dengan memanfaatkan fitur yang ada seperti *instagram* story, “like”, dan “comment”. Kedua UPT tersebut sudah menerapkan ketiga ciri tadi sehingga yang menjadi perbedaan dengan BP3MI Sumbar adalah bahwa BP3MI Sumbar dilihat masih belum maksimal dalam menerapkan aktivitas sosial pada *instagram*nya.

*instagram* dapat menjadi media informasi efektif dalam beberapa cara, yaitu adanya visualisasi informasi yang dapat ditampilkan secara menarik dan mudah dipahami audiens, mengarahkan pengguna untuk mendapatkan sumber informasi lainnya karena *instagram* dapat memberikan sumber informasi lain seperti situs web, serta membangun kesadaran merek yang dapat membantu memperkenalkan merek, produk, atau layanan ke khalayak luas.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu follower *instagram* @bp3mi\_sumbar yang juga adalah seorang PMI di Korea, informasi yang disampaikan melalui *instagram* @bp3mi\_sumbar telah disampaikan secara baik, ia juga merasa sangat terbantu dengan adanya *instagram* ini karena informasi bisa didapatkan dengan lebih mudah sehingga diharapkan untuk secara terus menerus dan dimaksimalkan lagi dalam penyampaian informasi terkait khususnya kepada generasi muda agar pemuda/i yang ingin bekerja ke luar negeri lebih banyak sehingga mereka bisa memperbaiki ekonomi keluarga bahkan ekonomi daerah.

*Instagram* @bp3mi\_sumbar berusaha menampilkan informasi-informasi dengan visualisasi yang menarik berupa video atau gambar yang didesain sedemikian rupa sehingga menarik *followers* untuk membaca, karena sekarang sudah tidak zamannya lagi pemerintahan bersifat kaku dan monoton, jadi visualisasi yang dihadirkan pun harus mampu bersaing di dunia digital seperti saat ini.





Gambar 1.2. Postingan *instagram* @bp3mi\_sumbar

*Instagram* yang mampu memberikan sumber lain terdapat pada kolom bio *instagram* @bp3mi\_sumbar yang menampilkan alamat situs web BP3MI Sumbar yang langsung bisa diklik dan diarahkan ke situs tersebut seperti gambar berikut:



Gambar 1.3. Kolom Bio *instagram* @bp3mi\_sumbar

Menurut penelitian Jimme Garba Matyek, dkk yang berjudul *An Investigation of Social Media As a Government Digital Public Relations Tool: The Nigerian Experience*, semua pemerintah pusat dan daerah sebaiknya menggunakan minimal dua dan maksimal enam akun media sosial. Penelitian tersebut merekomendasikan akun media sosial untuk digunakan setiap minggunya. Untungnya, *instagram @bp3mi\_sumbar* mengunggah informasi (*posting*) hampir setiap harinya, walaupun hal yang *diposting* kebanyakan informasi yang berasal dari kantor pusat dan hanya beberapa kegiatan di BP3MI Sumbar itu sendiri yang *diposting*. Kemudian, menurut penelitian Cholidah Astri Pertiwi, dkk yang berjudul *Smart City Through Social Media: In Creating Good governance in the Government of West Java*, jika teknologi disruptif media sosial ingin dioptimalkan, pemerintah perlu memanfaatkan media sosial sebagai alat humas digital. Sinergi penggunaan *instagram* oleh Pemerintah Kota Bandung dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Pemerintah lainnya untuk memaksimalkan penggunaan media sosial khususnya *instagram* dalam kegiatan *e-government*.

*Instagram @bp3mi\_sumbar* juga bisa memperkenalkan “merek”, kaitannya disini adalah masyarakat bisa lebih tahu tentang keberadaan BP3MI Sumbar, apa logonya, fungsinya, dan apa saja layanan yang difasilitasi oleh BP3MI Sumbar, serta berbagai hal terkait lainnya karena kembali lagi bahwa BP3MI Sumbar adalah sebuah pelayan publik, yang mana informasinya akan penting bagi publik itu sendiri. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan sebelum penelitian, salah satu masalah yang saat ini dihadapi oleh BP3MI Sumbar adalah masih banyak masyarakat dengan beragam latar belakang dan karakteristiknya yang belum tahu apa itu BP3MI Sumbar. Kemudian didukung juga oleh salah satu permasalahan BP2MI menurut Laporan Kinerja BP2MI Tahun 2022, adalah penguatan *branding* BP2MI dengan konsep dan strategi yang bersifat massif dan menarik (*eye catching*). Mereka masih asing ketika mendengar nama instansi tersebut, dan kemudian banyak muncul pertanyaan, “dimana itu? apa itu? agen, swasta, atau apa? apa tugas dan tanggung jawab BP3MI Sumbar?” dan masih banyak pertanyaan lainnya. Padahal, jika BP3MI Sumbar semakin dikenal oleh masyarakat, BP3MI dapat menjadi lembaga yang

penting dan dianggap penting oleh Pemerintah, PMI dan keluarganya serta *stakeholders* lainnya, akan semakin banyak masyarakat yang berminat dan terbantu dengan pengetahuan tersebut, masyarakat bisa langsung menghubungi atau berkunjung untuk menyelesaikan urusannya tanpa harus bertanya kian kemari terlebih dahulu yang kemudian bisa saja terjebak dengan adanya pemberangkatan PMI ilegal. Semakin banyak publik yang melakukan pelayanan di BP3MI Sumbar, maka akan semakin baik juga pengaruh yang ditimbulkan terhadap keberlangsungan instansi tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Efektivitas Penggunaan *instagram* Pada Balai Pelayanan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (BP3MI) Sumatera Barat Sebagai Media Informasi.”

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan masalah berupa pertanyaan sebagai berikut:

1. Sejauh mana efektivitas penggunaan *instagram* BP3MI Sumatera Barat sebagai media informasi?
2. Sejauh mana hubungan karakteristik *followers* dengan efektivitas penggunaan *instagram* @bp3mi\_sumbar sebagai media informasi?
3. Sejauh mana hubungan terpaan *instagram* @bp3mi\_sumbar dengan efektivitas penggunaan *instagram* @bp3mi\_sumbar sebagai media informasi?

#### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan efektivitas penggunaan *instagram* @bp3mi\_sumbar sebagai media informasi
2. Untuk menganalisis hubungan karakteristik *followers* dengan efektivitas penggunaan *instagram* @bp3mi\_sumbar sebagai media informasi
3. Untuk menganalisis hubungan terpaan *instagram* @bp3mi\_sumbar dengan efektivitas penggunaan *instagram* @bp3mi\_sumbar sebagai media informasi

#### D. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber wawasan dan wacana dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan media sosial sebagai media informasi pemerintahan.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada BP3MI Sumatera Barat dalam pengelolaan pelayanan informasi sehingga menjadikan BP3MI Sumatera Barat lebih baik ke depannya.

