

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

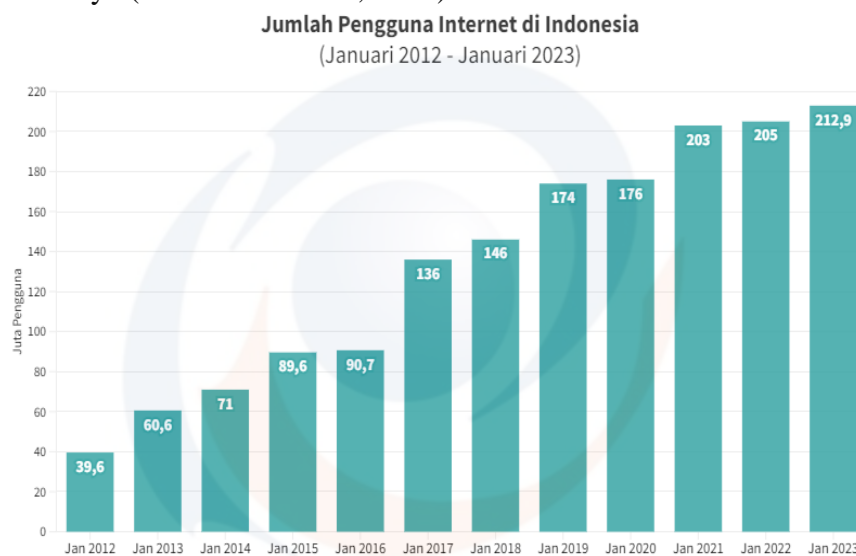
Pesatnya kemajuan teknologi informasi saat ini, telah merambah ke seluruh aktivitas manusia sebagai jembatan untuk mensinyalir komunikasi antar satu dengan yang lain. Komunikasi menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia bisa saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Di era modern ini, komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka (untuk dua orang atau lebih), tapi juga dapat dilakukan dengan media elektronik seperti komputer, laptop, *handphone*. Komunikasi merupakan salah satu cara manusia untuk memperoleh informasi. Perkembangan teknologi dan komunikasi terutama di era digital seperti saat ini menjadi salah satu pendorong dalam kemajuan media baru (*new media*) yang cukup pesat. Istilah *new media* ini muncul sekitar akhir abad 20 istilah ini dipakai untuk menyebutkan sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. *New media* memungkinkan akses langsung untuk berbagai jenis konten kapanpun dan dimanapun kita mau. Perbedaan *new media* dengan media konvensional sebenarnya adalah bagaimana kehidupan yang dinamis dari isi *new media* itu sendiri dan interaksi dengan konsumen media. Sederhananya, media sosial sebagai *new media* mampu menghilangkan sekat jarak dan waktu bagi para penggunanya.

Penggunaan media sosial sebagai *new media* menjadi jembatan komunikasi yang banyak digunakan oleh perusahaan, organisasi dan instansi pemerintah. Media Sosial adalah bagian dari *new media* yang memiliki interaktivitas yang tinggi. Di era digital saat ini, orang hampir tidak dapat terlepas dari belenggu media sosial. Bisa dibayangkan media sosial kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Sejalan dengan kemajuan teknologi, masyarakat dapat menggunakan banyak media sebagai sarana komunikasi. Media sosial digunakan untuk berbagi pendapat dengan sejumlah besar orang yang menggunakannya. Ini biasanya artikel berita, foto, dan video. Media sosial dapat diakses tidak hanya melalui komputer, tetapi juga melalui *smartphone* atau aplikasi perangkat seluler lainnya, dengan begitu dapat mempermudah masyarakat umum untuk mengakses media sosial saat bepergian, kapanpun dan di mana pun.

Kehidupan yang dinamis ini memberikan kemudahan dan efisiensi secara *realtime*. Perkembangan media sosial begitu pesat, di Indonesia ada beberapa aplikasi media sosial yang menjadi pilihan masyarakat untuk memudahkan komunikasi dan memperoleh informasi, diantaranya ada Youtube, Facebook, Whatsapp, Line, Telegram, Twitter, Instagram dan masih banyak lagi. Dari berbagai platform tersebut Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. Elektabilitas pemanfaatan media sosial ini, tentu saja tidak terlepas dari support internet yang memadai,

karena dasar bangunan efektivitas penggunaan media sosial di tengah-tengah masyarakat modern, harus ditopang dengan stabilitas internet. Perkembangan teknologi dan komunikasi terutama di era digital seperti saat ini menjadi salah satu pendorong dalam kemajuan media baru (*new media*) yang cukup pesat. Di era digital, berbagai kegiatan dan aktifitas manusia dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga dapat saling terkoneksi satu sama lain.

Berdasarkan keterangan dari laman *website* dataindonesia.id yang mengutip laporan dari *We Are Social*, pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta. Terlihat bahwa 77% dari populasi masyarakat Indonesia sudah menggunakan internet, dan diprediksi akan terus bertambah pesat setiap tahunnya (DataIndonesia.id, 2023).



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2012 - Januari 2023)
Sumber: dataindonesia.id

Berdasarkan data di atas, bahwa internet menjadi bagian dari kebutuhan lapisan masyarakat Indonesia, dimana internet tersebut mampu membantu kebutuhan lapisan masyarakat Indonesia sebagai instrumen efektivitas media sosial sebagai pemanfaatan media komunikasi dan informasi, baik digunakan sebagai media bisnis, media pendidikan, sebagai media untuk saling berbagi foto, berbagi video atau pun juga bisa digunakan untuk saling tukar informasi. Sifat internet yang mudah diakses dimanapun dan kapan pun menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan. Media sosial juga dapat digunakan sebagai media untuk menjalankan proses komunikasi. Kecanggihan yang dimiliki media sosial mampu menjangkau para kalangan yang luas dan tidak terbatas. Media sosial juga mendorong pengguna untuk memposting dan berbagi konten yang sejalan dengan tujuan mereka. Setiap aplikasi jejaring sosial, meskipun digunakan secara luas, memiliki fitur dan kebutuhan unik. Dengan beragamnya jenis media sosial yang terus berkembang dari tahun ke tahun, memberikan

kemudahan kepada manusia untuk mencari informasi, interaksi sosial, dan hiburan. Hal ini dapat diwujudkan yang salah satunya dengan penggunaan media sosial Instagram.

Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi yang bisa diakses pada perangkat android,iOS dan windows yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, mengambil foto dan mengambil video, serta fitur editing yang ada di dalamnya kemudian membagikannya ke Instagram dan jejaring sosial lainnya. Fungsi utama dari Instagram ialah sebagai tempat untuk mengupload dan berbagai foto-video kepada pengguna Instagram lainnya. Cara kerja Instagram adalah dengan sistem *follow* dan *followers*, pengguna diajak untuk mengikuti akun pengguna Instagram lainnya atau memiliki pengikut di Instagram. Maka komunikasi antara sesama penggunanya dapat terbentuk dengan memberikan tanda suka/*like*, memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah oleh pengguna lainnya, melalukan *Direct Messages*, *Mention* dan juga *Re-Post story*.

Instagram dimanfaatkan sesuai dengan motivasi penggunanya masing-masing, ada yang menggunakan sebagai bentuk eksistensi diri, sekedar berkomunikasi sesama pengguna, mencari informasi sampai berbagi informasi. Sebagai bagian dari *new media*, kehadiran instagram menambah opsi bagi masyarakat dalam memilih media yang akan dikonsumsi.



Gambar 1.2 Instagram users in Indonesia.
Sumber: Napoleoncat.com

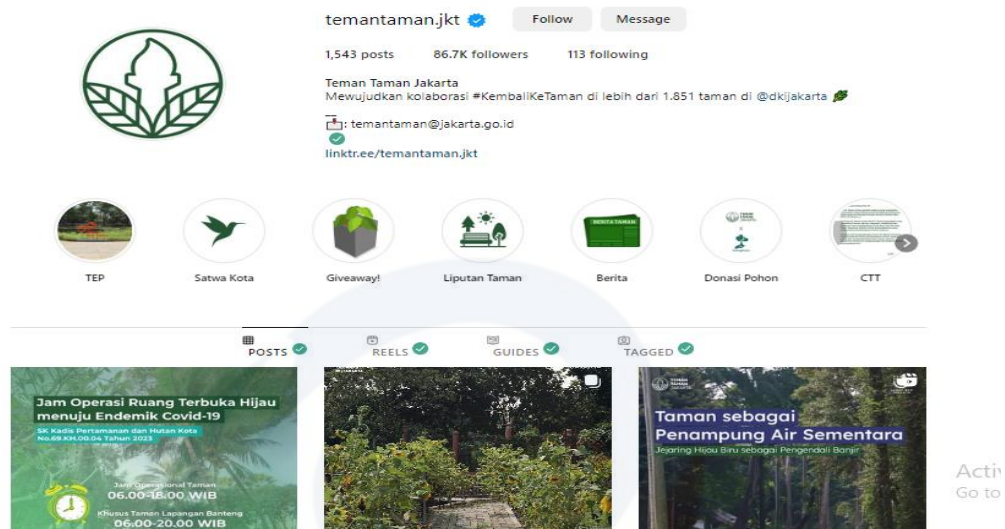
Berdasarkan data dari laman (napoleoncat.com, 2022), pengguna instagram di Indonesia pada Juni 2022 mencapai 107.251.500 pengguna. Artinya sekitar 38% dari populasi penduduk Indonesia menggunakan instagram. Data tersebut juga menyebutkan bahwa rentan usia dengan pengguna terbanyak yaitu 18 – 24 tahun. Fitur yang ditawarkan dan bentuk antar mukanya yang *simple* menjadikan media sosial berbasis gambar dan video singkat ini sangat efektif untuk menarik perhatian penggunanya, maka tidak heran jika pengguna instagram di Indonesia begitu banyak. Pada akhirnya banyak juga media-media penyedia informasi yang melebarkan sayapnya dengan membuat laman resmi instagram masing- masing. Ada juga yang memulainya dari instagram, ini terjadi karena berbagai keunggulan yang disediakan, diantaranya lebih mudah digunakan, pengguna aktif yang sangat banyak, dapat digunakan untuk konten *microblogging*, sekarang dapat mendukung video berdurasi panjang, bagus untuk *branding*, mudah untuk menjangkau dan melihat peluang pasar, juga fitur-fitur untuk promosi yang bagus.

Peluang tersebut dilihat oleh Dinas Pertamanan DKI Jakarta. Untuk kegiatan komunikasi dan penginformasian tidak harus secara tatap muka kepada masyarakat khusus masyarakat DKI Jakarta. Dinas Pertamanan Provinsi DKI Jakarta merupakan satuan kerja perangkat daerah yang mengurus urusan Kehutanan, Pertamanan, dan Pemakaman di lingkup kerja wilayah DKI Jakarta. Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat, dimana instagram menjadi salah satu media sosial populer bagi masyarakat DKI Jakarta (Maureen & Stellarosa, 2021). Sehingga Dinas Pertamanan DKI Jakarta menjadikan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi taman di DKI Jakarta.

Dinas Pertamanan DKI Jakarta menjadi salah satu pengguna media sosial Instagram dengan nama @temantaman.jkt yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi Dinas Pertamanan DKI Jakarta sejak 2019 lalu hingga saat ini. Temantaman.jkt juga tersedia di TikTok dan Youtube dengan nama yang sama, tetapi peneliti lebih memilih Instagram karena dari ketiga *platform* media sosial tersebut Temantamanjkt lebih dulu eksis di Instagram dan mendapatkan lebih banyak *engagement* di *platform* Instagram.

Sebagai media publikasi Ruang Terbuka Hijau, @temantaman.jkt memuat berbagai informasi seputar RTH yang tersebar di DKI Jakarta. Berkunjung ke taman cukup banyak diminati oleh masyarakat DKI Jakarta, karena sifatnya gratis alias tidak perlu membayar jika ingin menikmati suasana dan keindahan taman kota. Taman kota juga menjadi sarana alternatif bagi masyarakat untuk kegiatan rekreasi dan hiburan karena taman kota telah menyediakan bangku taman, tempat sampah, permainan anak selain itu banyak aktivitas yang bisa diwadahi ditaman kota selain rekreasi bersama keluarga ataupun teman seperti aktivitas jogging, membaca buku, meditasi dan relaksasi, diskusi dan fotografi.

Berawal dari banyaknya minat masyarakat untuk berkunjung ke taman, maka muncul lah kebutuhan informasi seputar taman. Masyarakat awam yang tadinya tidak tahu dan baru mau mencoba berkunjung membutuhkan informasi mengenai Jam Operasional, Lokasi Taman juga syarat untuk bisa masuk ke lokasi taman. Dari kebutuhan akan informasi tersebut masyarakat berusaha mencari informasi sumber atau tempat untuk memenuhi informasi seputar RTH yang di anggap kredibel, terpercaya dan tentunya dikemas secara menarik.



Gambar 1.3 Laman Instagram @temantaman.jkt

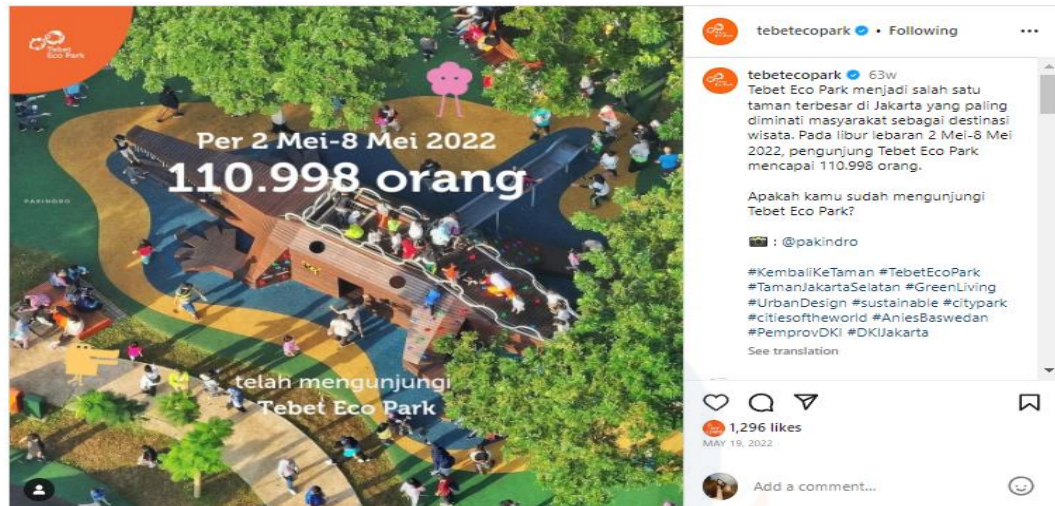
Akun Instagram @temantaman.jkt merupakan bagian dari Dinas Pertamanan DKI Jakarta. Dinas Pertamanan DKI Jakarta menggunakan Instagram dengan nama @temantaman.jkt untuk berbagi informasi mengenai Ruang Terbuka Hijau Jakarta yang nyaman, maju, lestari dan terjangkau bagi warga. Kebijakan Ruang Terbuka Hijau ini diproyeksikan sebagai taman yang ramah lingkungan, dimana akan menjadi destinasi eksotis di DKI Jakarta.

Fokus penelitian ini pada 1 taman yang dinaungi oleh @temantaman.jkt yaitu Tebet Eco Park. Karena beberapa waktu belakangan ini, Tebet Eco Park cukup populer dan banyak dikunjungi oleh warga DKI Jakarta.



Gambar 1.4 Laman Instagram Tebet Eco Park, Sub-bagian dari @temantaman.jkt

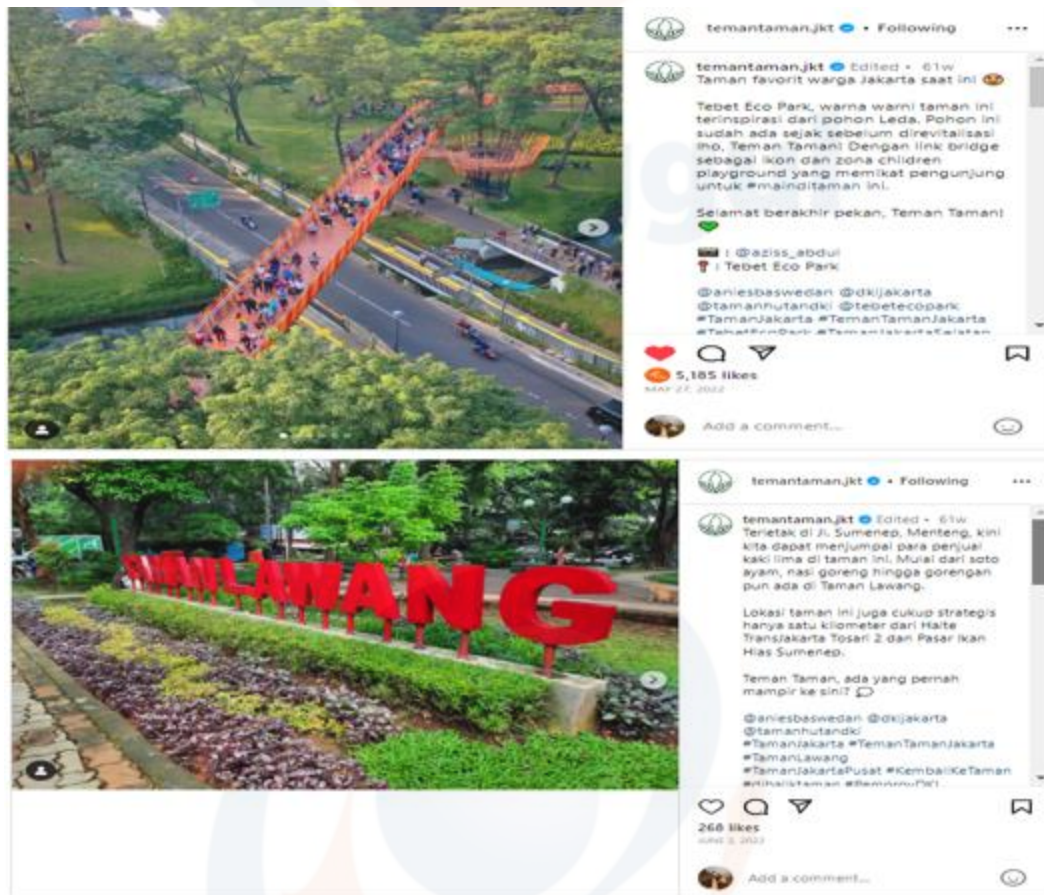
Tebet Eco Park merupakan salah satu taman yang dikelola oleh Dinas Pertamanan DKI Jakarta dan saat ini memiliki akun media sosial Instagram dengan nama @tebetecopark yang diaktivasi sejak 2021 lalu. Sehingga, Tebet Eco Park ini merupakan Sub-bagian dari @temantaman.jkt. Lalu peneliti memilih akun utama media sosial instagram Dinas Pertamanan DKI Jakarta yakni @temantaman.jkt sebagai subjek penelitian dan fokus penelitian pada Tebet Eco Park.



Gambar 1.5 Jumlah Pengunjung Tebet Eco Park Hingga 8 Mei 2022

Model destinasi seperti kawasan Tebet Eco Park menjadi salah satu model kawasan wisata dan rekreasi yang memiliki nilai tinggi tingkat kunjungan dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar sekaligus melestarikan alam. Akan tetapi, disamping nilai positif dari Ruang Terbuka Hijau yang bisa dirasakan oleh masyarakat DKI Jakarta dan sekitarnya, hal negatif seperti terganggunya arus lalu lintas, stabilisasi lingkungan, dan esensi nilai budaya menjadi nilai minus dari Ruang Terbuka Hijau tersebut. (Putri & Tshania, 2023)

Meskipun Tebet Eco Park sempat ditutup selama masa pandemi Covid-19 silam, ketika memasuki masa transisi Covid-19, Pemerintah DKI melalui dinas pertamanan dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait berkolaborasi membangun dan mengoperasikan beberapa taman skala kawasan salah satunya Taman Tebet Eco Park. Taman ini merupakan taman yang mengusung tema Eco-park: “*Connecting People with Nature*” dengan fungsi ekologis, sosial, edukasi dan rekreasi yang terbagi dalam 8 zona yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung dengan dukungan *exposure* media sosial Instagram yang dikelola oleh Dinas Pertamanan DKI Jakarta. Taman ini dikunjungi oleh pengunjung dari dalam dan luar Jakarta dengan jumlah pengunjung rata-rata 60 ribu orang per hari. Dari jumlah pengunjung tersebut ada pihak-pihak yang diuntungkan seperti pedagang kaki lima, tukang parkir serta jasa lainnya. Namun dalam pelaksanaannya, taman Tebet Eco Park memiliki beberapa kekurangan khususnya interaksi antar kawasan tapak sebagai dan area sekitar tapak yang belum optimal (Tampi & Mustika, 2022).



Gambar 1.6 Perbandingan jumlah likes pada potongan @temantaman.jkt pada Tebet Eco Park & Taman Lawang

Kita bisa melihat perbandingan pada dua gambar diatas, gambar pertama yakni Tebet Eco Park dan gambar kedua adalah Taman Lawang. *Likes* yang tertera pada postingan @temantaman.jkt pada Tebet Eco Park yaitu 5.185 *likes* dan 195 komentar pada postingan tersebut, jauh lebih banyak dibandingkan dengan *likes* pada postingan @temantaman.jkt pada Taman Lawang yang mendapatkan 268 *likes* dan 20 komentar pada postingan tersebut. Sehingga dapat dinilai bahwa *engagement rate* lebih tinggi pada konten yang memuat Tebet Eco Park, yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Melihat peluang itu maka @temantaman.jkt hadir sebagai salah satu media penyedia informasi dan komunikasi seputar RTH di DKI Jakarta. Dari beberapa jenis konten yang ada pada akun Instagram @temantaman.jkt, peneliti tertarik pada konten mengenai “Tebet Eco Park” secara garis besar konten ini bersifat informasi mengenai Jam Operasional taman, dan edukasi untuk menambah pengetahuan tentang pelestarian taman. Informasi mengenai Jam operasional tentu penting bagi masyarakat yang ingin berkunjung, karena setiap sesi pengunjung yang masuk ke area taman dibatasi. Lantaran jumlah pengunjung terbatas, maka informasi yang dibagikan melalui konten di Instagram @temantaman.jkt mengenai Tebet Eco Park dapat berguna bagi masyarakat. Ditengah padatnya aktivitas di Jakarta, ada banyak

opsi yang dapat kita lakukan untuk menghilangkan penat di akhir pekan. Jikalau opsi untuk berlibur ke luar kota tidak memungkinkan untuk dilakukan, bisa mencoba untuk sejenak berlibur diruang terbuka hijau (RTH) salah satu nya Tebet Eco Park. Menghirup udara segar dan menikmati waktu santai di bawah pepohonan yang rindang memang mampu mengusir penat dan beban pikiran. Tak heran, menyambangi Tebet Eco Park bisa menjadi opsi rekreasi yang tepat di tengah hiruk pikuk Jakarta tanpa harus pergi jauh berwisata ke luar kota.



Gambar 1.7 Konten Tebet Eco Park

Konten ini berbentuk *multiple post* yang berisi beberapa gambar dengan penjelasan di dalamnya. Pada gambar sampulnya di berikan Info tentang isi konten kemudian diikuti pembahasannya. Untuk melihat penjelasannya kita harus *swipe* ke kiri atau menyentuh gambar panah pada bagian kanan gambar.

Berdasarkan deskripsi latar belakang tersebut, peneliti memilih akun Instagram @Temantaman.jkt sebagai objek penelitian. Dasar alasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan ini adalah peneliti ingin menggali informasi lebih mendalam terkait pemanfaatan akun Instagram @Temantaman.jkt yang dikelola oleh Dinas Pertamanan DKI Jakarta dalam menginformasikan taman Tebet Eco Park, sehingga peneliti mengambil judul dengan fokus: “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dinas Pertamanan DKI Jakarta (Studi Kasus Akun @temantaman.jkt Pada Tebet Eco Park)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah “Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Dinas Pertamanan DKI Jakarta (Studi Kasus Akun @temantaman.jkt Pada Tebet Eco Park)?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram @temantaman.jkt sebagai Media Komunikasi Dinas Pertamanan DKI Jakarta pada Tebet Eco Park”.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Menambah literatur dan bahan bacaan terkait Pemanfaatan Media Sosial di @temantaman.jkt dengan pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi. Sekaligus menjadi acuan atau masukan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai informasi tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram bagi Pengelola fasilitas umum, Dinas Pertamanan, Instansi terkait serta Pengelola taman lainnya di provinsi lain. Serta bisa digunakan oleh pengelola perpustakaan sebagai referensi untuk menerapkan hal yang sama terkait pemanfaatan media sosial Instagram dengan apa yang dilakukan oleh @temantaman.jkt.