

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era digital yang terus berkembang, penggunaan internet dan media sosial menjadi tak terelakkan dan menjadi salah satu kebutuhan yang mendesak. Internet sebagai pusat sumber informasi memberikan informasi yang cepat dan luas. Keterhubungan global yang diakibatkan oleh internet juga membuka pintu bagi kolaborasi lintas batas, memfasilitasi pertukaran ide, dan inovasi secara global. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik pada Statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2022, sebanyak 66,48% dari 275,77 juta jiwa penduduk Indonesia telah memiliki akses internet dengan jumlah sekitar 183,33 juta jiwa. Masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk berbagai kegiatan dan mengakses dari berbagai lokasi dengan memanfaatkan berbagai jenis media akses. Kegiatan yang paling sering dilakukan oleh masyarakat Indonesia melibatkan penerimaan informasi atau berita, interaksi di media sosial, dan mengakses hiburan.

Saat ini media sosial menjadi jantung dari interaksi sosial yang dilakukan secara *online*. Media sosial merupakan sekumpulan perangkat lunak yang memfasilitasi individu maupun kelompok untuk berbagi, berkomunikasi, berkumpul, dan dalam beberapa kasus dapat berkolaborasi atau berinteraksi secara bersamaan (Nasrullah,

2015). Berdasarkan data yang dikutip dari *We Are Social*, pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2023 mencapai 167 juta orang yang setara dengan 60,4% dari total populasi Indonesia. Sementara itu di Indonesia, rata-rata orang menghabiskan waktu 3 jam 18 menit setiap hari untuk bermain media sosial dan menjadikannya sebagai peringkat sepuluh tertinggi di dunia dalam hal durasi penggunaan dan penduduk Indonesia tercatat menggunakan internet rata-rata selama 7 jam 42 menit setiap harinya.

Media sosial terdiri dari berbagai macam jenis berdasarkan ciri khas dan tujuan yang berbeda. Media sosial seperti Twitter, LinkedIn, dan Facebook memungkinkan pengguna untuk membangun profil, berinteraksi dengan teman atau rekan kerja, serta membagikan pemikiran dan informasi. Media sosial seperti Instagram dan Snapchat berfokus pada visualisasi konten, memberikan pengguna kesempatan untuk berbagi momen dalam bentuk visual. Media sosial berbasis video seperti YouTube dan TikTok menawarkan pengguna kesempatan untuk membuat, mengunggah, dan menonton video, serta media sosial lainnya.

Gambar I.1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia



Sumber: Data Reportal diolah oleh Slice

Berdasarkan grafik tersebut, Instagram menempati posisi keempat dalam daftar pengguna terbanyak di Indonesia mencapai sebesar 89,15 juta pengguna aktif setiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram masih memiliki kekuatan sebagai salah satu media sosial yang paling populer dan diminati di kalangan masyarakat Indonesia ditengah gempuran aplikasi-aplikasi media sosial terbaru saat ini. Berdasarkan demografi pengguna Instagram yang dihimpun oleh *Slice*, pengguna Instagram di Indonesia terdiri dari 51,6% wanita dan 48,4% pria dengan persentase sebaran pengguna berdasarkan usia sebanyak 48,3% di bawah 25 tahun dan 51,7% di atas 25 tahun.

Gambar I.2 Demografi Pengguna Instagram di Indonesia



Sumber: Data Reportal diolah oleh Slice

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam dunia kehumasan dan telah menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan, membangun citra, dan menjalin interaksi dengan pemangku kepentingan. Humas adalah bagian dari manajemen di suatu organisasi yang bertugas untuk memfasilitasi pemahaman dan hubungan antara organisasi dan publiknya (Berg & Gibson, 2011). Instansi

pemerintah membutuhkan pengetahuan mengenai apa yang menjadi kebutuhan informasi oleh masyarakat sehingga instansi pemerintah dapat mengukur dan menilai apakah informasi yang disampaikan oleh instansi pemerintah tepat dan dapat diterima oleh masyarakat sesuai dengan maksud dan tujuan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Menurut Wilson (1981, dikutip dalam Widiyastuti, 2016) mengusulkan sebuah model perilaku pencarian informasi yang terdiri dari tiga elemen utama yaitu kebutuhan informasi, faktor penghambat pencarian informasi, dan perilaku pencarian informasi itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi meliputi faktor sosial, kemampuan individu untuk mengetahui informasi yang diperlukan, serta kemampuan untuk menganalisis kebutuhan informasi guna menyelesaikan tugas tertentu atau faktor lingkungan sekitar (Wilson, 1996, dikutip dalam Widiyastuti, 2016).

Menurut konteks kehumasan, media sosial menjadi sarana komunikasi dua arah yang memungkinkan organisasi atau instansi untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, merespons pertanyaan atau masukan dari publik, serta menjelaskan kinerja instansi pemerintah (Kominfo, 2018). Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang erat kaitannya dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan masyarakat, dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Armstrong & Baron, 1998, dikutip dalam Lawasi & Triatmanto). Kinerja dapat dijelaskan sebagai pelaksanaan tugas dan pencapaian hasil dari aktivitas tersebut, atau sebagai apa yang dilakukan dan bagaimana cara melakukannya (Wibowo, 2012). Media sosial juga berperan dalam pengelolaan krisis sebagai saluran komunikasi instan untuk memberikan informasi

terkini kepada masyarakat dan memitigasi kerugian reputasi. *Public relations* merupakan suatu “*management of communication between an organization and its public*” (Ishak, 2012). Berdasarkan hal tersebut, kebutuhan informasi publik memainkan peran penting dalam menentukan kinerja instansi pemerintah. Sebuah instansi pemerintah yang efektif harus mampu memahami dan merespons kebutuhan informasi masyarakat dengan tepat waktu dan akurat. Kebutuhan informasi publik mencakup berbagai aspek, mulai dari informasi tentang layanan publik yang tersedia, kebijakan pemerintah, hingga berita terkini yang memengaruhi masyarakat secara langsung. Saat instansi pemerintah mampu memenuhi kebutuhan informasi publik dengan baik, ini dapat meningkatkan kinerja dalam memberikan layanan yang efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi menjelaskan hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah, atau dikenal sebagai humas pemerintah merupakan institusi atau praktisi humas yang melaksanakan fungsi manajemen di bidang informasi dan komunikasi. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan harmonis dengan publik secara persuasif, efektif, dan efisien, menggunakan berbagai sarana kehumasan guna menciptakan citra dan reputasi positif bagi instansi pemerintah. Humas pemerintah memiliki visi yaitu terciptanya pengelolaan kehumasan (kelembagaan, ketatalaksanaan, dan SDM) yang proporsional, professional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan

prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik. Humas pemerintah memiliki misi yaitu:

1. Menciptakan dan memelihara citra serta reputasi positif bagi pemerintah;
2. Membentuk, memperkuat, dan menjaga opini positif dari masyarakat;
3. Menampung serta mengolah aspirasi dan masukan dari publik;
4. Mengumpulkan, mengklasifikasikan, mengklarifikasi, dan menganalisis data serta informasi;
5. Mensosialisasikan kebijakan dan program-program pemerintah kepada masyarakat;
6. Membangun serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak sebagai bagian dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai telah memanfaatkan salah satu media sosial yaitu Instagram dalam mendukung kegiatan kehumasan dan layanan informasi dengan nama pengguna @beacukaipontianak. Tujuan dari pemanfaatan media sosial Instagram sebagai salah satu kegiatan kehumasan dan layanan informasi yaitu untuk menjelaskan kebijakan, program, serta memberikan pemahaman lebih mendalam terkait tugas dan peran bea cukai. Penggunaan media sosial memungkinkan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak untuk merespons dengan cepat pertanyaan atau masukan dari masyarakat, meningkatkan keterlibatan yang lebih aktif, dan memperkuat hubungan positif dengan publik. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai peran dan kontribusi bea

cukai dalam melayani masyarakat, sehingga kebutuhan informasi publik terhadap instansi bea cukai dapat terpenuhi. Hingga saat penelitian ini dibuat, Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak memiliki 3.713 pengikut, terdiri dari 1.112 postingan. Berdasarkan potensi yang dimiliki media sosial Instagram Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak, penulis tertarik melakukan kajian dan pembahasan mengenai aktivitas media sosial Instagram Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi publik, yang akan dituangkan ke dalam Karya Tulis Tugas Akhir dengan judul **“EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PUBLIK PADA KANTOR PENGAWASAN DAN PELAYANAN BEA DAN CUKAI TIPE MADYA PABEAN B PONTIANAK”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu bagaimana efektivitas media sosial (Instagram) Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak dalam memenuhi kebutuhan informasi publik terkait kepabeanan dan cukai?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penyusunan Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah untuk memberikan gambaran terkait efektivitas media sosial (Instagram) Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak dalam memenuhi kebutuhan informasi publik terkait kepabeanan dan cukai.

1.4 Ruang Lingkup Penulisan

Penulis memusatkan penelitian terhadap beberapa hal selama proses penyusunan Karya Tulis Tugas Akhir ini yang diawali dengan pengenalan profil Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak, gambaran umum, ruang lingkup, serta peran media sosial Instagram @beacukaipontianak pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak sebagai media kehumasan dan layanan informasi, dan mengukur efektivitas media sosial (Instagram) Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak dalam memenuhi kebutuhan informasi publik terkait kepabeanan dan cukai melalui @beacukaipontianak menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang terdiri dari 8 indikator yaitu *Context* (Konteks), *Communication* (Komunikasi), *Collaboration* (Kolaborasi), *Connection* (Koneksi), *Current Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Saat Ini), *Everyday Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Sehari-Hari), *Exhaustive Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Detail), dan *Catching-Up Need Approach* (Pendekatan Pencarian Informasi Terkini).

1.5 Manfaat Penulisan

Berikut adalah manfaat penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini:

1. Manfaat teoritis

Dari segi teoritis, diharapkan penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Untuk memajukan pengetahuan di bidang kehumasan dan layanan informasi, terutama terkait peran dan efektivitas media sosial Instagram dalam mendukung tugas pokok dan fungsi instansi pemerintah;
- b. Untuk mengetahui hubungan antara kehumasan dan kebutuhan informasi publik dalam instansi pemerintahan;
- c. Membangun atau memperkaya kerangka kerja analisis media sosial dalam konteks organisasi pemerintah sehingga dapat diterapkan dan dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, diharapkan penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Menyediakan informasi bagi Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak tentang bagaimana aktivitas media sosial, khususnya Instagram, dapat memenuhi kebutuhan informasi publik;
- b. Memberikan dasar untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif melalui media sosial dan membantu Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak untuk menyampaikan informasi dengan lebih baik sehingga tujuan komunikasi dan penyampaian informasi dapat diterima oleh masyarakat;
- c. Menyediakan informasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam situasi krisis melalui media sosial, dengan memahami informasi apa saja yang dibutuhkan publik;

- d. Mendorong partisipasi aktif masyarakat melalui interaksi di media sosial, membangun keterlibatan yang lebih tinggi dan memperkuat hubungan antara instansi dan publiknya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan alasan dan urgensi pemilihan judul di latar belakang, identifikasi masalah dan menyajikan rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian, menjelaskan tujuan yang ingin dicapai dalam tujuan penulisan, metode penulisan yang akan digunakan, batasan dan ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis akan menguraikan dasar teoritis dan kerangka pemikiran untuk memahami konsep-konsep yang relevan dengan judul penelitian yang berasal dari peraturan terkait, studi literatur, pandangan para ahli, dan teori-teori pendukung mengenai topik yang dibahas dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini. Pada bab ini, penulis akan menggambarkan profil kehumasan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak yang mencerminkan komitmen instansi dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu komponen utama kehumasan, Selain itu, juga akan disajikan informasi terkait model yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan informasi publik melalui aktivitas media sosial.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan secara rinci mengenai langkah-langkah penelitian dan hasil yang diperoleh dengan memanfaatkan beragam referensi seperti buku, jurnal ilmiah, data sekunder, dan dokumen lainnya, menjelaskan pendekatan atau teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul, termasuk perangkat lunak yang mungkin digunakan, menyajikan hasil analisis data, baik dalam bentuk table, grafik, atau temuan signifikan lainnya dan membahas hasil penelitian.

BAB IV SIMPULAN

Pada bab ini, penulis akan merangkum temuan-temuan penelitian dan memberikan kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan terkait dampak aktivitas media sosial Instagram Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean B Pontianak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi publik.