

BAB I

PENDAHULUAN

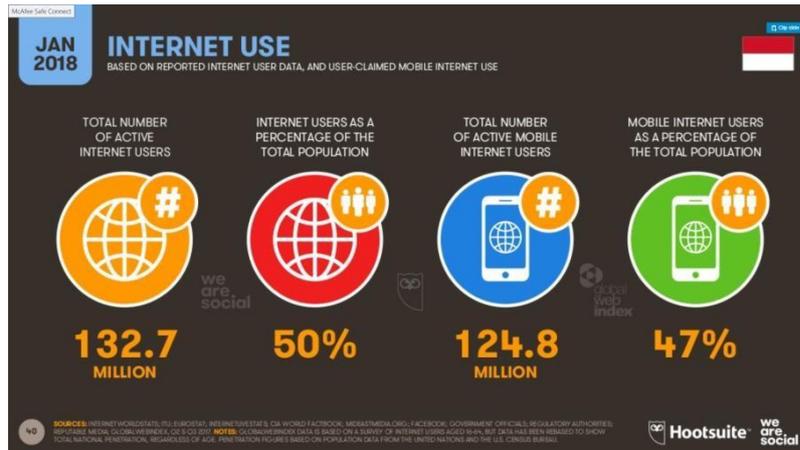
1.1 Signifikansi Penelitian

Di era modern saat ini berbagai macam teknologi hadir di kehidupan manusia untuk memperoleh informasi. Informasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat, guna untuk pengembangan pribadi dan lingkungannya. Maka dari itu, manusia memiliki hak untuk memperoleh informasi yang di butuhkan. Salah satu cara untuk memenuhi hak tersebut yakni melalui keterbukaan informasi. Keterbukaan informasi merupakan upaya untuk mengembangkan informasi masyarakat.

Terciptanya Teknologi informasi dan Komunikasi sebagai alat bantu dalam berkomunikasi bermula sejak masa prasejarah dimana orang-orang belum mengenal adanya teknologi dan baru mulai untuk mengenal bentuk dan berkomunikasi dengan bahasa isyarat. Semakin lama, media komunikasi yang digunakan semakin berkembang dengan munculnya kertas hingga computer teknologi informasi dan komunikasi tersebut dimanfaatkan orang-orang untuk menjalankan aktivitasnya terutama pada kegiatan komunikasi dimana Teknologi Informasi dan Komunikasi berperan sebagai alat bantu atau media dalam proses penyampaian pesan.

Teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan dapat berupa media cetak dan media baru. Media cetak merupakan media dimana informasi tersebut tertulis atau berbentuk teks di media kertas. Contoh media cetak adalah koran, majalah, buku, poster dan lainnya. Media cetak ini dapat digunakan sebagai fasilitator melakukan komunikasi interpersonal, sebagai referensi, dan dapat menjadi media instruksional dalam mengkomunikasikan teknologi baru.

Seiring berkembangnya zaman, media cetak tersebut berkembang menjadi lebih modern, sehingga media konvensional berkembang menjadi media baru yang berunsur digital, dimana media tersebut biasanya terhubung dengan internet. *Interconnection network* (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan computer yang saling terhubung. Survey dari laman *we are social* 2018 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia keseluruhan mencapai 132.7 juta orang pengguna dengan presentase 50% pengguna internet di seluruh kabupaten, 124.8 juta pengguna internet dengan ponsel, dan 47% pengguna internet dengan ponsel di seluruh kabupaten.



Gambar 1. Statistik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018
Sumber : wearesocial.com

Media baru yang menggunakan internet ini, telah banyak dipakai di berbagai kebutuhan seperti penyebaran informasi, berkomunikasi, produksi dan lain-lain. Media baru dapat membantu seseorang agar lebih mudah untuk mengakses suatu informasi, menyampaikan informasi, mengelola dan menyebarkan informasi tanpa batas jarak dan waktu. Media digital membantu aktivitas manusia untuk dapat berkomunikasi dimanapun dan kapanpun. Media baru juga dapat membantu agar penyampaian informasi dapat terjadi dengan cepat. Contoh dari media digital adalah media yang menggunakan sistem *on-line* yaitu internet yang *e-mail*, *e-newspaper*, *e-book*, *website*, media sosial, dan lainnya. Salah satu media yang sering dipakai untuk berkomunikasi adalah media sosial.

Media sosial merupakan medium atau perantara di internet yang memungkinkan para pengguna untuk merepresentasikan dirinya dan dapat saling berinteraksi, menjalin kerjasama, berbagi informasi dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya sehingga dapat membentuk suatu ikatan sosial secara virtual.

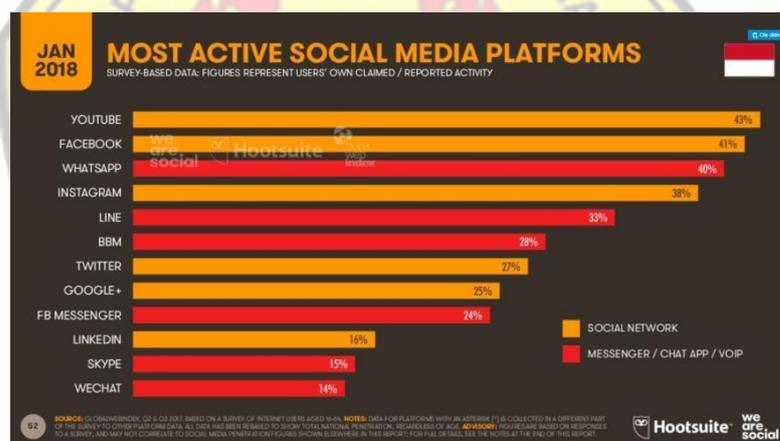
Banyaknya manfaat dari media sosial, maka semakin lama media sosial semakin bertambah dan peminatnya bertambah banyak. Media sosial memiliki beberapa karakter yaitu pesan dapat tersampaikan dengan luas, bersifat bebas dalam mengakses dan menulis informasi, pesan dapat tersampaikan dengan cepat, dapat diakses dimana saja dan kapan saja serta waktu interaksi ditentukan oleh penerima pesan.

Penulis menyimpulkan bahwa keleluasaan internet dalam suatu teknologi membuat semakin banyak aplikasi-aplikasi media digital yang salah satunya

adalah media sosial yang turut meramaikan sistem *on-line* sebagai sarana penyebaran informasi atau berkomunikasi. Salah satu aplikasi media sosial tersebut adalah *Twitter*.

Twitter merupakan salah satu media sosial hasil pemikiran Dorsey yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini termasuk Negara Indonesia. *Twitter* merupakan bagian dari *microblogging* yang dapat membantu penggunanya untuk mempublikasikan mengenai pernyataan dalam 140 karakter yang biasanya disebut *tweets* dan menyediakan update cepat, pendapat atau informasi kepada *followersnya*. Perkembangan trend situs *microblogging* seperti yang ada pada *twitter* membuka peluang-peluang baru bagi organisasi-organisasi untuk berkomunikasi dan membina hubungan dengan berbagai *stakeholders*.

Survey dari laman *We are Social* 2018 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 132.700 juta, Sedangkan *Twitter* menempati urutan ketujuh dengan jumlah pengguna sebanyak 27% dari 12 aplikasi media sosial lainnya.



Gambar 2. Statistik Media Sosial teraktif di Indonesia
Sumber: wearesocial.com

Data tersebut menyimpulkan bahwa besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap internet dan media sosial yang ada khususnya *twitter*, karena bagi sebagian masyarakat *twitter* dapat menjadi tempat untuk berkomunikasi dan sebagai media informasi, media sosial *twitter* juga efektif untuk berkomunikasi dengan khalayak luas dikarenakan pengguna *twitter* yang banyak dan tersebar diseluruh dunia serta cara mengaksesnya yang mudah. Bukan hanya komunitas dan organisasi swasta yang

memanfaatkan *twitter* untuk kebutuhan komunikasinya, tetapi dari lembaga pemerintahan Indonesia juga turut memanfaatkan *twitter* sebagai salah satu alat komunikasi di media sosial kepada masyarakat. Salah satunya adalah Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia yang memanfaatkan *twitter* sebagai sarana penyebaran informasi khususnya informasi lowongan pekerjaan.

Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia merupakan salah satu instansi pemerintah yang menggunakan media social *twitter* sebagai media dalam menyampaikan informasi khususnya lowongan kerja kepada masyarakat. Hal itu di dorong juga dengan terus meningkatnya angka pengangguran di Indonesia, menurut data yang di kelola Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan, pada tahun 2017 telah terjadi kenaikan jumlah Pengangguran di Indonesia sebesar 10.000 orang menjadi 7,04 juta orang pada Agustus 2017 dari Agustus 2016 sebesar 7,03 juta orang.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh peneliti, akun *twitter* Kemnaker di buat sejak tahun 2011 oleh Kepala Pusat Humas Kementerian ketenagakerjaan dan transmigrasi dan yang mengelolanya adalah Sub Bagian Pemberitaan, Dalam pengelolaannya admin tidaklah harus berlatarbelakang sarjana komunikasi dan mengerti kehumasan melainkan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dan dapat melaksanakan urusan bidang hubungan masyarakat melalui analisis pendapat umum, pemberitaan media massa dan media sosial, Lalu tujuan dibuatnya akun *twitter* tersebut adalah mendistribusikan informasi dengan baik agar lebih cepat tersebar secara luas dan menjadi jembatan antara pencari kerja dengan perusahaan. Adapun target *audience* dalam memberikan informasi lowongan kerja melalui media sosial *twitter* yaitu orang-orang yang sedang mencari pekerjaan.

Pemanfaatan *twitter* Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia memiliki beberapa cara untuk memberikan informasi lowongan kerja agar informasi yang diberikan dapat mudah di mengerti oleh masyarakat yaitu dengan mengambil informasi lowongan pekerjaan dari *website* khusus yang dimiliki oleh kemnaker yaitu ayokitakerja.kemnaker.co.id. Tidak hanya itu HRD perusahaan lain dapat mengirimkan informasi terkait lowongan pekerjaan yang di share kepada admin media sosial Kemnaker, dan yang terakhir admin pengelola media sosial kemnaker juga mencari informasi lowongan kerja yang sedang di butuhkan ke *website* perusahaan lain hingga pada akhirnya informasi tersebut akan di teruskan ke akun *twitter* kemnaker.



Gambar.3 laman di akun *Twitter* @KemnakerRI
Sumber: Olahan Peneliti

Akan tetapi pemanfaatan akun *twitter* oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia kurang maksimal, terlihat dari kurangnya respon *followers* terhadap postingan informasi khususnya informasi lowongan pekerjaan melalui *retweet* sehingga informasi yang di sampaikan cenderung satu arah. Sedangkan, Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia seharusnya bisa lebih mengemas informasi khususnya informasi lowongan pekerjaan semenarik mungkin yang tujuannya adalah untuk mempersuasikan *followers* agar tertarik melihat informasi apa saja yang di publikasikan di *twitter* @kemnakerRI dan dapat berguna untuk masyarakat terutama para pencari kerja, terlebih kemnaker mulai menggunakan media sosial *twitter* pada tahun 2011, dan hingga saat ini jumlah *followers* dari @KemnakerRI berjumlah 150 ribu orang. dibuatnya media sosial *twitter* ini bertujuan untuk membantu dalam memberikan informasi secara cepat dan tidak terbatas.

Hubungan Masyarakat pemerintah atau humas pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang *persuasive*, efektif, dan efisien untuk

menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif untuk instansi pemerintah tersebut.

Jadi, dapat diartikan bahwa humas bertugas menyampaikan kepada publik terkait segala kebijakan dan pelayanan melalui berbagai media. Tujuannya adalah tersampainya informasi dan pada akhirnya ada citra positif pemerintah diterima dan disetujui oleh masyarakat.

Itu sebabnya bahwa di dalam sebuah perusahaan peran humas sangat dibutuhkan. Lalu dalam pengelolaan sosial media, humas pemerintahan lah yang mempunyai peran penting dalam memberikan ruang kepada publik guna untuk mendapatkan akses informasi publik. Bila penyampaian informasi ke masyarakat serta media tidak akurat, maka dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tidak informatif seperti layaknya divisi khusus kehumasan yang terdapat pada Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia yang dimana humas berperan untuk mempublikasikan informasi seputar kegiatan dan program yang ada melalui media sosial yang salah satunya adalah informasi lowongan pekerjaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka judul penelitian ini adalah **“Pemanfaatan Media Sosial *Twitter* @KemnakerRI Oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia Dalam Menginformasikan Lowongan Pekerjaan “**

1.2 Fokus Penelitian

Agar memudahkan peneliti dalam menganalisis data serta menjawab permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Twitter* @KemnakerRI Oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia Dalam Menginformasikan Lowongan Pekerjaan”, maka peneliti memusatkan fokus penelitian melalui studi kasus pada pemanfaatan *Twitter* dan Informasi Lowongan Pekerjaan.

Berdasarkan fokus penelitian melalui studi kasus tersebut maka peneliti menyusun langkah-langkah dasar secara tersusun dan disesuaikan dengan materi yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka fokus penelitian ini yaitu bagaimana cara memanfaatkan media sosial *twitter* dalam menginformasikan lowongan pekerjaan.

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan uraian diatas, penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *Twitter* @KemnakerRI Oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia Dalam Menginformasikan Lowongan Pekerjaan?
2. Bagaimana informasi lowongan pekerjaan yang di sampaikan melalui *Twitter* @KemnakerRI oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia sehingga dapat di mengerti oleh masyarakat?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, penulis menyimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses pemanfaatan media sosial *Twitter* @KemnakerRI oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia dalam menginformasikan lowongan pekerjaan
2. Untuk mengetahui proses penyampaian informasi lowongan pekerjaan yang di sampaikan melalui *Twitter* @KemnakerRI oleh Humas Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia sehingga dapat di mengerti oleh masyarakat

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis
Di harapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, serta dapat di jadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Humas.
2. Manfaat Praktis
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran praktis kepada mahasiswa ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Humas untuk menerapkan teori atau kajian akademis yang telah dipelajari selama perkuliahan di bidang

Kehumasan yang sesungguhnya. Selain itu juga dapat berkontribusi dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi lowongan kerja melalui akun *twitter* kemaker.

1.6 Sistematika Penulisan

Peneliti membuat kerangka sistematika penelitiannya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini, tertera teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari teori dasar, definisi konsep dan kerangka berpikir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan uraian yang menyatakan pemahaman peneliti tentang yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian