

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini teknologi dalam berkomunikasi menjadi hal yang sangat diminati setiap kalangan masyarakat. Semakin maju teknologi, kian semakin banyak aplikasi, semakin beragam media sosial guna melakukan komunikasi dan semakin mudah dalam mengakses internet. Semua orang yang menggunakan *laptop*, *smartphone*, komputer serta berbagai jenis perangkat lain dapat dengan mudah memperoleh apa yang diinginkan. *New wave technology* adalah suatu jenis teknologi yang berhubungan atau berkomunikasi antar individu serta didorong dengan kecanggihan perangkat informasi, hingga dapat menghasilkan gelombang revolusi yang baru. Yang menghubungkan antar individu dan didukung dengan perangkat informasi yang canggih sehingga memunculkan gelombang revolusi baru. Keunggulan utama dari teknologi ini adalah kemudahan perangkat dalam mengakses internet seperti *handphone* yang biasa kita sebut *smartphone* dan komputer (McQuail, 2011)

Jejaring sosial ialah satu dari sekian layanan yang ada disebabkan karena munculnya internet. Internet saat ini pun diperkuat dengan ada jejaring sosial yang mana waktu dan jarak bukan lagi sebuah halangan untuk menyampaikan informasi dan pesan bisa tersampaikan dengan mudah dan efisien. Bisa juga dibilang bahwa diharapkan pada setiap penemu media yang terbaru bisa memperluas sejumlah kecakapan juga kemampuan manusia. (Nurudin, 2012)

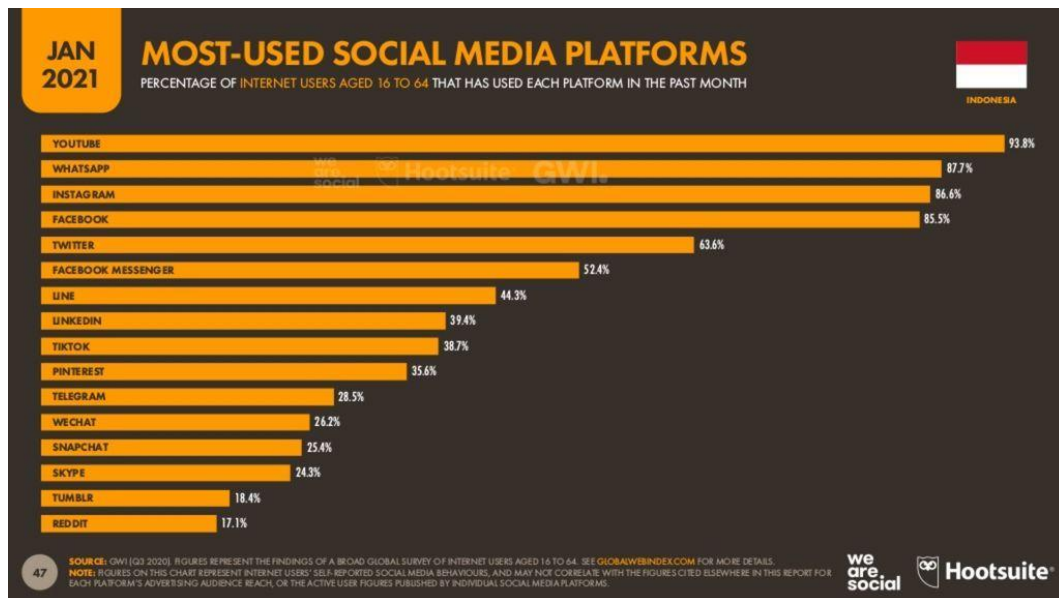
Komunikasi dengan memakai internet ialah hal yang seringkali dipakai manusia saat ini dikarenakan proses interaksi tanpa mengenal ruang, jarak, dan waktu hingga munculah banyak jejaring sosial. Secara umum proses berinteraksi dengan jejaring sosial dilakukan dengan menggunakan beberapa bentuk, seperti tulisan, gambar atau video. Jejaring sosial menjadi perantara komunikasi antar pengguna, dalam praktiknya pesan yang disampaikan dapat diterima menjadi dua perspektif, antara perspektif benar dan miskonsepsi bagi penerima. Menurut ahli,

kemunculan jejaring sosial ini merupakan sebuah layanan guna dimanfaatkan untuk jaringan sosial dengan kesamaan aktivitas atau ketertarikan. Bisa dikatakan dengan lahirnya *virtual/cyber community* atau masyarakat maya adalah sebagai sebuah wujud media mengalami perkembangan baru (Nurudin, 2012). Sementara itu saat ini media sosial dengan pengguna yang banyak, satu di antaranya ialah Instagram. Dikarenakan dalam aplikasi tersebut memiliki sarana atau fasilitas untuk mengunggah foto secara *instant*.

Mike Krieger & Kevin Systrom ialah dua orang asal Amerika Serikat yang mengembangkan media sosial Instagram, dan secara bersama tergabung di dalam perusahaan mereka bersama yang bernama Burbn.Inc. Pada tahun 2012, *Facebook* mengakuisisi perusahaan tersebut. Pada awalnya, kebanyakan pengguna Instagram di negara Indonesia menggunakan Instagram untuk bersosialisasi terhadap keluarga & teman, mencari pertemanan baru, membagikan momen dan mengisi waktu luang. Media sosial menjadi alat bertukar pesan dan informasi ke sesama pengguna yang telah menjadikan proses interaksi tiap individu berubah. Sementara itu dengan muncul media atau jejaring sosial baru ini maka menjadikan media tradisional menjadi tersaingi guna mendistribusikan dan menyebarkan sebuah berita. Sehingga yang sebelumnya dominasi pemberitaan yang dipegang kelembagaan berupa institusi media, saat ini mulai berkurang bersamaan dengan internet dan jejaring sosial yang mana juga dapat memberi kesempatan pada semua orang guna berpartisipasi untuk menginformasikan ataupun menyebarkan berbagai peristiwa dan kejadian yang ada saat ini (Nasrullah, 2015).

Berdasarkan data dari *Hootsuite* dan *We Are Social* pada inet.detik.com tahun 2021. Didapatkan bahwa Instagram menempati posisi ke 3 sebagai *platform* yang sering digunakan di Indonesia. Pengguna Instagram lebih banyak jika dibandingkan dengan *facebook*, *twitter*, *tiktok*, dll. Jumlah pengguna masing-masing *platform* media sosial dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar 1. Jumlah Pengguna Media sosial di Indonesia



Sumber: inet.detik.com

Instagram selaku jejaring sosial dengan basis video juga gambar pastinya jadi media yang bisa digunakan untuk bermacam tujuan dan peruntukan. Faktanya yang bisa dilihat sejak tahun 2015 sampai tahun 2020 seringkali ditemukan banyak akun Instagram digunakan sebagai akun penyedia produk, akun resmi perusahaan, akun berita, akun hiburan, serta bermacam jenis akun yang lain, komoditas tertentu yang telah menjadikan *trend* tersendiri di kalangan orang-orang Indonesia. Kegunaan daripada media sosial juga erat dengan *cyberspace* yang mana menerangkan bahwa terdapat tempat dimana sesuatu tersebut tak nyata, namun hal tersebut bisa dirasa hingga jadi sebuah hal yang nyata di dalam benak (Nasrullah, 2014).

Saat ini media atau jejaring sosial yang dinilai memiliki efek yang bagus ialah Instagram, dan hingga kini pemanfaatannya pun kian berkembang, mulai dari pemberitaan, hingga sebagai media *branding* yang dinilai menjanjikan baik dari sisi komersial dan nonkomersial yang menjadi perhatian beberapa perusahaan media

massa atau pemberitaan lalu digunakan sebagai media informasi dan berita yang ada di Indonesia. Fenomena dalam Instagram menjadi peluang perusahaan media massa menjadi wadah yang sangat efektif untuk pemberitaan sehingga menjadikan Instagram sebagai media yang dinilai bagus. Pada zaman viral sekarang ini serta dapat menginformasikan dan memberitahukan hal terkini yang ada di Indonesia adalah TMC Polda Metro Jaya ialah satu dari sekian Instansi Pemerintahan yang aktif dalam melakukan sosialisasi terkait lalu lintas di DKI Jakarta.

Traffic Management Center (TMC) Polda Metro Jaya merupakan salah satu divisi Polda Metro Jaya, yang mana senantiasa aktif untuk melakukan interaksi terhadap masyarakat terkait informasi atau peristiwa terkini seperti pengalihan arus lalu lintas di kota Jakarta, info aksi demonstrasi, info kemacetan, info aturan lalu lintas, dengan menggunakan media atau jejaring sosial Instagram dengan nama akunnya @TMCPoldaMetro.

Seperti diketahui DKI Jakarta adalah termasuk salah satu wilayah yang padat penduduk yang mana tingkat populasi lebih dari 10 juta jiwa dengan area yang kurang dari 670 km² tepatnya sebesar 662.3 m². Kepadatan penduduk pada provinsi DKI Jakarta hingga saat ini menyentuh angka 15.663 jiwa per km² (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018), karena DKI Jakarta memiliki populasi yang tinggi, maka terdapat beberapa permasalahan yaitu kemacetan. Semakin tinggi kepadatan penduduk maka semakin besar mobilisasi masyarakat seperti yang dicatat oleh Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek pada tahun 2018 terdapat 49,5 juta perjalanan per hari yang terjadi di wilayah Jabodetabek, dimana 23,4 juta orang di dalam kota DKI Jakarta dan 20,02 juta lain berasal dari luar DKI Jakarta. (Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek, 2018). Tingginya tingkat mobilitas di kota Jakarta membuat kota ini menempati peringkat ke-16 sebagai kota termacet di dunia pada tahun 2018, didapatkan penambahan volume kendaraan yang cukup besar dengan angka kemacetan yang naik sebesar 5% tiap tahunnya (INRIX,2018).

Sampai saat ini Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sudah melakukan beberapa upaya untuk menekan angka kemacetan di Ibu Kota, antara lain yaitu pemberlakuan

kebijakan Ganjil-Genap di beberapa ruas jalan seperti yang disosialisasikan melalui Instagram TMC Polda Metro Jaya. Penerapan Ganjil-Genap dilakukan pada jalan:

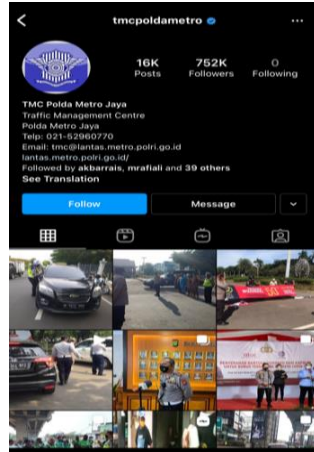
- a. Jalan Ahmad Yani
- b. Jalan Tomang Raya
- c. Jalan Gunung Sahari
- d. Jalan Panjaitan
- e. Jalan S Parman
- f. Jalan Gatot Subroto
- g. Jalan MT Haryono
- h. Jalan Sisingamangaraja
- i. Jalan Panglima Polim
- j. Jalan Fatmawati
- k. Jalan Rasuna Said
- l. Jalan MH Thamrin
- m. Jalan Sudirman

Pengertian kebijakan Ganjil-Genap ialah pengaturan arus lalu lintas agar tidak terjadi kemacetan yakni dengan mengatur atau membatasi kendaraan yang akan melewati suatu ruas jalan, dengan cara membolehkan lewat sesuai kategori nomor plat kendaraan dengan tanggal saat itu, misal plat nomor ganjil maka hanya diizinkan melintasi jalan tersebut hanya di tanggal ganjil begitupun untuk plat nomor kendaraan genap. Pembatasan Ganjil-Genap tersebut berlaku di hari Senin-Jumat, dengan 2 periode waktu yaitu periode ke-1 mulai dari jam 6 hingga 10 pagi dan periode ke-2 mulai dari jam 4 hingga jam 8 malam. Penerapan kebijakan Ganjil-Genap selain ditujukan untuk menekan angka kemacetan DKI Jakarta juga bertujuan untuk meminimalisir mobilisasi masyarakat DKI Jakarta di masa pandemi ini, hampir seluruh portal *web* berita tersebut selalu mensosialisasikan pemberitaannya melalui akun resmi Instagram masing-masing, berikut ini beberapa gambar dari laman Instagram media-media tersebut yang digunakan untuk menyebarkan berita.

Gambar 2. (a) Akun Instagram TMC Polda Metro Jaya & (b) Sosialisasi Penerapan Ganjil-Genap

(a)

(b)

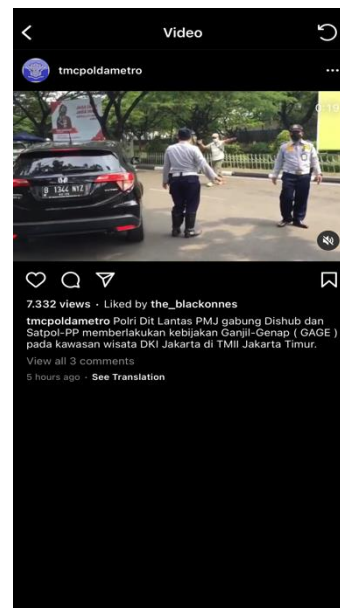


Sumber: Akun Instagram TMC Polda Metro Jaya

Gambar 3. (a) Titik Penerapan Ganjil-Genap & (b) Pemberlakuan Ganjil-Genap

(a)

(b)



Sumber: Akun Instagram TMC Polda Metro Jaya

Gambar 4. Sosialisasi Penerapan Ganjil-Genap



Sumber: Akun Instagram TMC Polda Metro Jaya

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara TMC Polda Metro Jaya untuk mensosialisasikan kebijakan Ganjil-Genap pada saat Covid di media sosial Instagram. TMC Polda Metro Jaya menggunakan pendekatan komunikasi massa yang artinya TMC Polda Metro Jaya memberikan informasi dan berita melalui akun Instagram. Sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap pada akun media sosial Instagram ini sudah sering dilakukan setiap hari dan selalu efektif, bisa ditinjau dari kenaikan *likes* dan *followers* yang didapat oleh akun @Tmcpondametro. Dalam dunia jurnalistik sangat penting dilakukan hanya untuk sosialisasikan berita untuk disebarluaskan yang akan dibaca dan dilihat *audience* seperti dalam penerapan kembali kebijakan Ganjil-Genap sangat penting dilakukan sosialisasi agar dapat dibaca dan dilihat *audience*, sehingga TMC Polda Metro Jaya harus mengetahui strategi apa yang digunakan untuk sosialisasi penerapan kembali kebijakan tersebut agar tersebar kepada masyarakat DKI Jakarta dan sekitarnya.

Adanya pokok permasalahan pada masyarakat terkait informasi yang disosialisasikan oleh Instagram @Tmcpondametro dimana terdapat masyarakat yang masih belum mengetahui penerapan kebijakan Ganjil-Genap pada saat

Dimas Fadly Syahputra, 2022

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TMCPOLDAMETRO SEBAGAI SARANA SOSIALISASI KEBIJAKAN GANJIL-GENAP DKI JAKARTA PADA SAAT COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

COVID-19. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian secara mendalam terkait “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Ganjil-Genap DKI Jakarta Pada saat Covid-19” sehingga pada proses sosialisasi ini mereka sukses dalam menyebarkan berita dan informasi ke *audience*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakangnya yang telah dijabarkan, sehingga bisa dirumuskannya masalah seperti di bawah ini :

- a. Bagaimanakah media sosial Instagram @Tmcpoldametro menjadi alat penyebar sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap?
- b. Bagaimakah TMC Polda Metro Jaya melakukan sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap melalui media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui media sosial Instagram @Tmcpoldametro sebagai alat penyebar sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap.
- b. Untuk mengetahui bagaimana TMC Polda Metro Jaya melakukan sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap melalui media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat:

- a. Secara akademis
Melalui penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan ilmu komunikasi, khususnya dalam ilmu jurnalistik dengan bentuk media sosial Instagram sebagai sosialisasi kebijakan Ganjil-Genap
- b. Secara praktis
Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan dijadikan bahan pembelajaran mengenai media sosial Instagram sarana sosialisasi Ganjil-

Dimas Fadly Syahputra, 2022

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TMCPOLDAMETRO SEBAGAI SARANA SOSIALISASI KEBIJAKAN GANJIL-GENAP DKI JAKARTA PADA SAAT COVID-19

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Genap pada saat Covid-19 dan bisa memberikan masukan kepada TMC Polda Metro Jaya agar lebih baik kedepannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu dengan memberikan uraian secara sistematis tentang hasil-hasil penelitian yang didapat dari 5 (lima) peneliti terdahulu dan teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Kemudian diuraikan mengenai konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas mengenai cara dan prosedur bagaimana kegiatan penelitian dilakukan dalam suatu bidang ilmu tertentu. Metode penelitian juga digunakan agar mampu menjawab suatu permasalahan atau pertanyaan penelitian. Hal yang tercakup dalam metodologi penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, jenis penelitian dan metode penelitian, metode pengumpulan data, penentuan *key informan* dan *informan*, teknik analisis data, teknik keabsahan data, dan waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan kristalisasi hasil analisis dan interpretasi, sedangkan saran merupakan kelanjutan dari simpulan, berupa anjuran yang dapat menyangkut aspek operasional, kebijakan, maupun konseptual.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat semua referensi yang menjadi acuan dari penelitian ini.