

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Berkaitan dengan permasalahan penelitian yang diangkat pada bab ini dikaji secara detail teori - teori yang berkaitan dengan konsep pengelolaan, media sosial, serta informasi publik.

2.1 Pengelolaan

2.1.1 Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan merupakan upaya yang bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap seluruh aspek yang terlibat dalam implementasi kebijakan serta pencapaian tujuan tertentu. Secara umum pengelolaan dapat dimaknai sebagai proses mengubah atau memperbaiki sesuatu agar menjadi lebih optimal dan memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Selain itu, pengelolaan juga dapat dipahami sebagai cara untuk menyesuaikan suatu hal agar bisa lebih sesuai harapan, sehingga dapat menjadi proses yang sistematis dan terencana.

Adanya pengelolaan sebagai kata dalam teori tentang manajemen. Berdasarkan sejarah mengelola ialah cara kelola semua ini tentunya terfokus terhadap prosedur pengelolaan, menghandel dan bisa mempermudah pada target yang diinginkan. Serta pengelolaan ini ialah ilmu manajemen yang berkaitan dengan proses menangani dan mengurus yang bertujuan untuk mencapai sesuatu hal yang diinginkan (Nugroho, 2003:119).

2.1.2 Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan media sosial memiliki peran penting dalam membentuk citra suatu lembaga. Dengan pengelolaan yang baik, media sosial dapat mempengaruhi pandangan dan opini publik terhadap lembaga tersebut. Sebagai contoh, pengelolaan akun LinkedIn yang menarik minat para pengguna terhadap informasi yang disampaikan. Hal ini menjadikan konten – konten yang dipublikasikan melalui media sosial lebih diperhatikan dan diapresiasi oleh masyarakat. Menurut Chris Heuer (2010) pengelolaan media sosial terdiri dari 4 dimensi :

1. *Context*

Context pada pengelolaan media sosial adalah bagaimana menyusun informasi serta mencermati kata yang digunakan. Kegiatan penyusunan kata untuk menghasilkan suatu konteks di media sosial biasa disebut deskripsi.

2. *Communication*

Communication dalam pengelolaan *social media* ialah seperti apa seseorang bisa menyampaikan informasi serta melihat ulang dan menyampaikan tanggapan mereka.

3. *Collaboration*

Collaboration pada pengelolaan *social media* ialah mengenai seperti apa *social media* bisa dijadikan sarana mengumpulkan berbagai pihak untuk kemudian melakukan suatu kolaborasi untuk kepentingan tertentu.

4. *Connection*

Connection pada pengelolaan *social media* ialah seperti apa menjaga suatu koneksi terhadap pengguna yang sudah berjaalan selama menjadi pengguna *social media*.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Sekarang pemakaian media sosial tengah mengalami peningkatan dikalangan para pengguna media sosial. Adanya kemajuan media sosial di tengah masyarakat mendorong terjadinya interaksi sosial melalui media sosial (Furqon et al., 2018). Definisi media merupakan sekumpulan perangkat lunak yang menggunakan jaringan dan elektronik yang memberi kesempatan pembuatan ataupun berganti postingan yang diciptakan pengguna (Haenlein, n.d.,)

Media sosial merujuk pada aktivitas dan interaksi diantara kelompok individu yang terhubung secara daring untuk saling bertukar informasi, pengetahuan, serta pandangan melalui *platform* komunikasi. *Platform* komunikasi ini merupakan aplikasi yang menggunakan web yang memfasilitasi pengguna dalam menciptakan dan membagikan konten berupa teks, gambar, video, maupun audio secara mudah (Safko dan Brake, 2009).

Media sosial juga digunakan sebagai sarana berkomunikasi atau menyampaikan suatu informasi dan pesan. Menurut Fuchs (2014) dalam Mulawarman dan Nurfitri (2017:37) media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” dapat dideskripsikan seperti suatu wadah untuk berkomunikasi. Kemudian kata “sosial” bisa dideskripsikan

seperti setiap orang berpotensi untuk ikut berkontribusi melalui aksi dan tindakan mereka kepada masyarakat. Pernyataan ini menerangkan pada keadaan sebenarnya, media dan semua perangkat lunak yang dipakai dalam proses komunikasi ialah “sosial” atau keduanya bisa disebut sebagai produk dari proses sosial.

2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Menurut Mayfield (2008), media sosial dapat dipahami sebagai bentuk baru dari media daring yang memiliki sejumlah perbedaan, yaitu:

1. Partisipasi dan keterlibatan

Media sosial mendorong semua pengguna untuk ikut serta dan memberikan tanggapan, sehingga mengaburkan batas antara penyedia konten dan para pengguna.

2. Keterbukaan

Kebanyakan platform media sosial bersifat terbuka terhadap partisipasi dan masukan. Pengguna bebas memberikan komentar, berbagi informasi, atau melakukan voting, dengan sedikit hambatan dalam mengakses maupun membuat konten – yang mungkin dilindungi oleh kata sandi.

3. Percakapan

Berbeda dari media tradisional yang cenderung bersifat satu arah, media sosial mengedepankan komunikasi dua arah yang menggunakan dialog antar pengguna.

4. Komunitas

Media sosial memfasilitasi terbentuknya komunitas dengan cepat, memungkinkan individu dengan minat yang sama seperti hobi fotografi, olahraga, atau serial televisi untuk berinteraksi atau bertukar informasi.

5. Keterhubungan

Pertumbuhan media sosial juga ditopang oleh kemampuan untuk bisa saling terhubung menggunakan tautan yang mengarahkan pengguna ke berbagai sumber atau situs lainnya.

2.2.3 Jenis Media Sosial

Menurut Nasullah ada sejumlah pengelompokan untuk media sosial, yaitu:

a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial ialah salah satu bentuk media terpopuler yang mempermudah penggunaannya membangun relasi sosial secara virtual. Melalui platform ini, pengguna dapat berinteraksi dan membangun koneksi, baik dengan orang yang sudah mereka kenal di dunia nyata maupun orang baru.

b. Blog atau Jurnal Daring

Blog adalah jenis media sosial yang membe sehari – hari, memberikan tanggapan, serta bertukar informasi seperti tautan atau berita. Awalnya, blog merupakan situs pribadi yang diperbarui secara rutin. Namun dalam perkembangannya, blog berisi catatan harian pemiliknya dan memiliki kolom komentar bagi pembaca.

c. *Microblog* atau jurnal *online* singkat

Microblogging merupakan bentuk ringkas dari blog, yang juga memungkinkan pengguna untuk membagikan aktivitas atau pandangannya secara cepat. Salah satu *platform microblogging* terbanyak digunakan ialah Twitter.

d. Media berbagi (*media sharing*)

Media sosial jenis ini dirancang untuk memfasilitasi pengguna membagikan beberapa jenis file, mulai dari dokumen, video, gambar, hingga audio.

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial ialah media yang digunakan untuk menyimpan, mengatur dan mencari informasi secara online. *Platform* ini memungkinkan pengguna mengatur berbagai tautan atau sumber informasi yang mereka anggap penting.

f. Wiki atau Media Kolaboratif

Wiki merupakan platform dimana kontennya dibuat dan dikembangkan bersama para pengguna. Serupa seperti ensiklopedia, wiki menyajikan definisi, latar belakang, dan referensi terkait suatu topik.

2.3 LinkedIn

LinkedIn adalah platform jejaring sosial berbasis profesional yang dirancang untuk menghubungkan penggunannya dengan para pengguna lainnya serta berbagai perusahaan dari berbagai belahan dunia. Saat ini, platform tersebut telah memiliki sekitar 347 juta anggota secara global, LinkedIn menyuguhkan beberapa layanan yang berkaitan dengan dunia kerja profesional

penggunanya. Berdasarkan jurnal “*Applying Uses and Gratifications Theory to Students*” LinkedIn Usage oleh Bela Florental (2015: 17) menurut Bradley (2011) dan Buck (2012) untuk melayani secara eksklusif bagi para profesional, ini memungkinkan pengguna untuk mencari peluang kerja, meneliti perusahaan dan industri, memasukkan informasi *resume* di profil mereka dan memberi atau menerima rekomendasi.

Di LinkedIn atau jaringan bisnis lainnya, fokusnya jelas pada kehidupan profesional (Papacharissi, 2009). LinkedIn ialah media sosial yang sekarang sedang populer, baik untuk individu ataupun perusahaan. Apabila media sosial lain seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter lebih berfokus difitur pertemanan dan pribadi, media sosial LinkedIn ini berfokus ke fasilitas bisnis terlebih lagi untuk jaringan profesional dan pengusaha. LinkedIn mempunyai perbedaan dengan situs media sosial lainnya, yakni ada pada cara penyajian informasi seperti sebuah *curriculum vitae* (CV) atau *resume* lengkap seseorang. Karena hal tersebut, banyak perusahaan yang menggunakan LinkedIn untuk mencari calon karyawan yang dibutuhkan serta mempromosikan atau memperluas jaringan bisnis mereka. Di platform seperti LinkedIn maupun jejaring bisnis lainnya, perhatian utama tertuju pada aspek profesional seseorang (Papacharissi, 2009). LinkedIn menjadi salah satu situs jejaring sosial yang pada saat ini tengah populer dikalangan individu ataupun perusahaan. Berbeda dengan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram, atau twitter yang lebih mendahulukan hubungan pribadi dalam pertemanan, LinkedIn berfokus pada aspek bisnis, terutama dalam membangaun relasi profesional dan jaringan antar pelaku usaha ataupun bisnis.

2.3.1 Fitur - Fitur LinkedIn

Fitur - fitur yang terdapat pada LinkedIn, diantara lain:

1. Search

Digunakan untuk menjalankan pencarian cepat dan mudah hanya dengan menuliskan kata kunci tertentu seperti pekerjaan, orang, pembaruan, tanya jawab, kontak pesan dan grup.

2. Cerita LinkedIn

Fitur cerita juga memungkinkan memasukan stiker atau teks *overlay* ke video atau gambar pengguna, dan pengikut dapat menanggapi cerita melalui pesan langsung sehingga semakin memudahkan untuk memulai percakapan.

3. Jejak Pendapat

Jajak pendapat LinkedIn merupakan alat interaksi yang hebat, tempat untuk mendapatkan umpan balik cepat dari *audiens*.

4. Acara

Fitur Acara LinkedIn dapat membantu perusahaan meningkatkan *visibilitas* acara *online* dan *offline* serta menarik lebih banyak orang untuk mendaftar.

5. Hak Istimewa Penonton dan Komentar

Memiliki lima opsi untuk menyesuaikan *visibilitas postingan*, yang ditampilkan di bagian “Siapa yang dapat melihat postingan Anda?”.

6. Reaksi

Dengan fitur “*Reactions*” baru LinkedIn, tidak lagi mendapatkan tampilan satu dimensi tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten. Selain “menyukai” postingan.

7. Postingan “*Carousel*” Organik

Pengguna dapat berbagi dokumen PDF multi-halaman diplatform dan platform tersebut akan menampilkannya sebagai karsel yang dapat digulir.

8. LinkedIn Feed

Feed LinkedIn berisi konten profesional seperti *posting*, komentar, *share*, dan reaksi dari jaringan, perusahaan, dan minat yang Anda ikuti.

9. Analitik Posting

Pengguna dapat mengakses analitik postingan untuk akun individu mereka untuk mengetahui dampak konten yang diposting.

10. Share

LinkedIn bisa digunakan sebagai media penyampaian informasi seperti media sosial lainnya.

2.4 Penyebaran Informasi Publik

2.4.1 Pengertian Informasi

Informasi ialah hasil dari proses pengelolaan data yang dihadirkan dalam bentuk yang lebih berguna dan memiliki makna bagi pihak yang menerimannya. Informasi juga mempresentasikan peristiwa nyata yang sering digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan. Data sebagai sumber utama informasi dapat berupa simbol, huruf, angka, suara, sinyal, gambar dan berbagai bentuk lainnya (Hiro Tugiman, 1996:32). Sepanjang

kehidupan manusia informasi berfungsi sebagai sumber daya yang memiliki nilai strategis. Bagi negara yang sedang berkembang, informasi menjadi elemen penting dalam dunia pendidikan dan penelitian guna mendukung kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (E. Koswara, 1998:157).

Informasi ialah elemen yang esensial dalam mekanisme partisipatori. Indonesia Undang - Undang Penyebaran Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008 yang menjamin akses perlu diperkuat oleh fasilitator partisipasi ialah bagaimana membuka akses terhadap berbagai informasi yang dapat menstimulasi dan memberikan tantangan pada komunitas agar terlibat pada beberapa kegiatan agar mendorong kualitas *governance*. berbagai pengalaman advokasi *governance* menunjukkan pentingnya peran data dan informasi sebagai salah satu kunci kesuksesan. Namun dalam periode transisi seperti sekarang, penyebaran dan akses untuk informasi adalah sesuatu yang masih harus diperjuangkan (Hetifah Sj. Sumarto 2009: 112).

2.4.2 Pengertian Informasi Publik

Meliputi segala yang dihasilkan informasi publik, pengelolaan, serta dikumpulkan yang berasal dari acara diselenggarakan perusahaan yang sangat beragam (hutan serta sumberdaya lainnya). Informasi publik memiliki prinsip utama yaitu transparan serta bisa dipergunakan. Ada pengecualian atau sesuatu yang bersifat ketat, terbatas, dan tidak mutlak atau sementara (Komisi Informasi Pusat dan ICEL, 2009).

Informasi publik ini biasanya berbentuk dokumen. Menurut Media Right Agenda (MRA) Report seperti dikutip Diso dalam buku “Lynden dan Wu” dokumen publik adalah dokumen dalam bentuk apapun yang telah digunakan, diterima, diproses, di bawah kendali badan publik atau badan swasta yang berkaitan dengan berbagai masalah menyangkut kepentingan umum, termasuk di dalamnya berbagai bahan tulisan atau materi, informasi yang direkam dan disimpan, dilabeli atau ditandai agar mudah diidentifikasi dalam bentuk buku, kartu, peta, renstra, gambar, foto, film, negatif, mikrofilm, tape recorder, dan perangkat lain yang memiliki satu atau lebih citra visual sehingga mampu dengan atau tanpa bantuan suatu alat, direproduksi.

Penyebarluasan informasi publik berperan sebagai alat untuk meningkatkan pengawasan masyarakat kepada kinerja pemerintah dan badan publik lainnya, serta terhadap hal-hal yang berdampak pada ketimpangan umum. Pengelolaan informasi publik menjadi langkah penting dalam membentuk masyarakat yang melek informasi, Inilah yang menyebabkan munculnya undang undang nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. Dalam bab IV undang – undang tersebut, dijelaskan jenis informasi yang wajib disediakan serta diutamakan. Informasi tersebut diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok, yaitu harus dipublikasikan secara berkala (Pasal 9), wajib disampaikan segera (Pasal 10) serta harus selalu tersedia (Pasal 11) (Euis Wulandari, 2020).

Penyampaian informasi publik seharusnya dilakukan dengan cara yang dapat diakses masyarakat secara luas serta menggunakan penggunaan

kata yang jelas dan mudah di mengerti, sesuai dengan ketentuan yang sudah dibuat oleh pengelola informasi publik dan dokumentasi yang dilakukan. Secara ringkas ini manfaat teknologi informasi dan komunikasi bagi proses administrasi, pengelolaan atau pengurusan negara menurut Samodra Wibawa (2012:149) :

1. Transparasi
2. Partisipasi
3. Efisiensi

Beberapa ahli menjelaskan pengertian informasi publik. Dalam jurnal yang ditulis Ade Suhendar, Informasi publik dapat diartikan sebagai data berupa catatan historis yang didokumentasikan dan diarsipkan tanpa tujuan langsung, namun dapat diakses kembali sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Data tersebut menjadi lebih bermakna dan bermanfaat ketika disampaikan sebagai penerima untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Sementara itu, berdasarkan undang undang keterbukaan informasi publik, informasi publik adalah segala bentuk informasi yang dibuat, disimpan, dikelola, dikirim, atau diterima oleh badan publik dan berkaitan dengan penyelenggaraan tugasnya, serta informasi lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah umum (Suryanto, 2000:6).

Penyebarluasan informasi publik adalah segala aspek yang menyangkut informasi publik itu sendiri, maka yang dimaksud adalah segala aspek yang menyangkut informasi publik itu sendiri. Undang undang KIP dan berbagai peraturan sejenisnya mengatur semua mengenai informasi publik. Dalam

kaitannya dengan hak asasi manusia (HAM), prinsip dasarnya adalah bahwa setiap watga negara maupun badan hukum berhak untuk memperoleh akses selus – luasnya terhadap informasi publik. Hak ini dijamin dan dilindungi oleh negara melalui praturan perundang – undangan yang telah diterapkan (Dipopramono, 2017:23).

2.4.3 Jenis - Jenis Informasi Publik

Kemudahan dalam mengakses informasin publik saat ini merupakan sebuah kemajuan besar, karena sebelumnya informasi tersebut tegolong sulit untuk didapatkan. Hadirnya undang – undang nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik mewajibkan setiap badan publik atau lembaga untuk menyediakan dan menyampaikan informasi sesuai dengan bidang tanggung jawabnya kepada masyarakat. Nmun, tidak semua informasi yang dimiliki oleh badan publik atau lembaga bersifat terbuka atau dapat diakses olah umum. Secara garis besar, informasi dibagi menjadi dua jenis;

A. Informasi Publik Yang Terbuka

Jenis Informasi ini wajib disediakan setiap saat agar masyarakat dapat mengaksesnya kapan saja. Biasanya informasi terbuka dapat diakses secara langsung melalui situs resmi badan publik tanpa perlu mengajukan permohonan secara formal. (Dipopramono, 2012:17) membagi informasi publik terbuka kedalam tiga kategori:

1. Informasi yang harus dipublikasikan secara berkala

2. Informasi yang harus segera diumumkan
3. Informasi yang harus tersedia setiap saat

B. Informasi Publik yang Dikecualikan atau Bersifat Rahasia

Jenis informasi ini tidak dibuka secara umum karena memiliki sifat yang terbatas dan ketat. Informasi yang termasuk kategori ini diatur dalam pasal 6 dan pasal 17 undang – undang KIP. Pasal 6 memberi kewenangan pada badan publik untuk menahan informasi tertentu sesuai dengan peraturan perundang – undangan, sedangkan pasal 17 merici jenis - jenis informasi yang tidak boleh diakses publik. (Dipopramono, 2017:27), informasi rahasia terbagi menjadi lima kelompok, yaitu:

1. Informasi yang berkaitan dengan rahasia negara
2. Informasi yang menyangkut data pribadi
3. Informasi yang berhubungan dengan kepentingan bisnis
4. Informasi terkait kenaikan jabatan
5. Informasi yang belum sepenuhnya dikuasai oleh badan publik

2.4.4 Tujuan Penyebaran Informasi Publik

Keberadaan undang – undang keterbukaan informasi publik (UU KIP) memiliki peranan penting dalam menjamin serta melindungi hak asasi manusia (HAM) di Indonesia dalam aspek komunikasi dan akses terhadap informasi. Undang – undang ini juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sirajuddin dan rekan – rekan

(2012:103) menyebutkan bahwa tujuan utama dari diberlakukannya undang undang KIP mencakup :

1. Memberikan akses kepada masyarakat untuk mengetahui rencana, program dan proses pengambilan keputusan dalam kebijakan informasi publik.
2. Menakankan ketertiban aktif masyarakat dalam setiap tahapan pembuatan kebijakan informasi publik.
3. Memperkuat peran serta masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan tata kelola badan publik yang baik.
4. Menciptakan pemerintahan yang transparan, efisien, efektif, akuntabel, dan dapat bertanggung jawab.
5. Menyediakan penjelasan atas kebijakan publik yang berdampak besar terhadap kepentingan masyarakat luas.
6. Mendorong perkembangan dan mencerdaskan kehidupan bangsa.
7. Meningkatkan tata kelola informasi dan pelayanan publik di lingkungan badan publik demi terciptanya layanan informasi yang baik.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi dari sejumlah studi sebelumnya yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Studi oleh Margareta Aulia Rachman yang membahas tentang “pola penyebaran informasi oleh Remaja di masyarakat urban melalui media

sosial”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa penyebaran informasi tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga budaya yang ada di media sosial, di mana informasi cenderung dibagikan ulang oleh pengguna. Namun, remaja tidak serta – merta menyebarkan informasi karena ada pertimbangan nilai, norma dan keyakinan untuk saling menghormati antar sesama.

- b. Penelitian oleh Fauzziyah Hnifah dan Isnani Dzuhrina yang mengkaji “optimasi media sosial instagarm disdukcapil sidoarjo sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan publik”. Studi ini menunjukan bahwa penyebaran informasi kepada masyarakat menjadi upaya dalam meningkatkan pelayanan publik. Selain itu, media sosial digunakan sebagai sarana untuk membangaun komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat serta memperluas jaringan kerja sama guna menujung efektivitas penyempaian informasi dan peningkatan pelayanan publik.
- c. Studi yang dilakukan oleh M. Friliando Pratama tentang “ pengelolaan media sosial instagram humas pemerintah provinsi Riau sebagai media informasi publik”. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengelolaan akun instagram, terdapat empat dimensi utama: Konteks, komunikasi, kolaborasi serta koneksi

Melalui berbagai penlitian tersebut, penulis mendapatkan inspirasi untuk mengangkat topik yang berbeda, yaitu mengenai bagaimana

pengelolaan media sosial LinkedIn PT Kideco Jaya Agung Sebagai Media
Penyebaran Informasi Publik.

