

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Optimalisasi media sosial bukan hanya soal frekuensi unggahan, tetapi juga mencakup strategi komunikasi yang dirancang secara terencana dan berkelanjutan. Optimalisasi media sosial mengacu pada upaya sistematis untuk memaksimalkan fungsi, jangkauan, dan efektivitas pesan yang disampaikan melalui media digital. Dalam konteks digital, hal ini mencakup strategi penjadwalan konten, pemanfaatan fitur visual, dan interaktif (*feed, reels, dan story*) pada Instagram, hingga analisis performa konten berdasarkan data keterlibatan pengguna (*engagement metrics*) (R. S. Nugroho et al., 2025).

Berdasarkan Data Reportal Digital 2025 populasi di Indonesia pada Januari 2025 sebesar 285 juta jiwa. Data menunjukkan bahwa populasi di Indonesia meningkat sebesar 2,3 juta jiwa (+0,8 persen) antara awal 2024 dan awal 2025. Terdapat 212 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2025, ini berarti tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 74,6 persen dari total populasi pada awal tahun. Indonesia memiliki 143 juta identitas pengguna media sosial pada Januari 2025, setara dengan 50,2 persen dari total populasi. Dengan pengguna media sosial Instagram yakni sebanyak 103 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2025. Instagram menempati posisi keempat berdasarkan jumlah pengguna aktif. (DataReportal, 2025).

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa media sosial secara bertahap telah diadopsi oleh pemerintah di berbagai negara, termasuk pemerintah Indonesia (Hastrida, 2021). Pemanfaatan media sosial oleh pemerintah tidak hanya terbatas pada sektor teknologi informasi, melainkan juga mencakup aspek penyediaan layanan publik, proses pembuatan kebijakan, serta sebagai sarana efektif untuk menghimpun masukan dari masyarakat. (Hastrida, 2021). Selain itu, media sosial berperan penting dalam membantu pemerintah dalam memprioritaskan target, merumuskan kebijakan

yang lebih efektif, serta menyampaikan layanan publik secara lebih tepat sasaran dan efisien. (Kusuma et al., 2024). Keberadaan media sosial memberikan kemudahan bagi pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan akun media sosial yang terhubung pada situs resmi berbagai instansi pemerintah (PANRB, 2012).

Media sosial telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Sebelum adanya media sosial, penyampaian informasi pemerintah cenderung berlangsung satu arah melalui media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Namun, kehadiran media sosial membuat komunikasi menjadi lebih interaktif, terbuka, dan mudah diakses. Pemerintah dapat menyampaikan informasi kebijakan maupun program kerja secara cepat, sedangkan masyarakat dapat memberikati tanggapan, saran, maupun kritik secara langsung. Kondisi ini mendorong terciptanya komunikasi yang lebih partisipatif antara pemerintah dan masyarakat (Nabila Ulayya et al., 2022).

Selain itu, media sosial membantu pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara lebih cepat dan luas. Informasi mengenai kebijakan, peringatan bencana, maupun program bantuan sosial dapat dipublikasikan melalui akun resmi pemerintah di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Penyebaran informasi yang cepat membuat komunikasi publik menjadi lebih efektif, karena masyarakat dapat memperoleh informasi secara langsung tanpa harus menunggu pemberitaan dari media konvensional. (Kusuma et al., 2024)

Meskipun media sosial memberikan banyak kemudahan dalam komunikasi pemerintah, penggunaannya juga menghadirkan berbagai tantangan, salah satunya adalah penyebaran informasi palsu atau hoaks. Informasi yang tidak benar dapat tersebar dengan cepat dan menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah. Oleh karena itu, pemerintah perlu bertindak secara aktif dengan memberikan klarifikasi serta

menyampaikan informasi yang akurat melalui akun media sosial resmi. Langkah tersebut penting untuk menjaga kepercayaan dan kredibilitas pemerintah dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.(Farhatiningsih, 2019)

Salah satu kebijakan penting yang membutuhkan sosialisasi luas adalah Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ini menjadi dasar hukum bagi aktivitas masyarakat di ruang digital, termasuk dalam hal penyebaran informasi, transaksi elektronik, serta perlindungan data. Namun demikian, sejak diberlakukan dan direvisi pada tahun 2016 dan 2024, UU ITE kerap menuai beberapa kontroversi, terdapat beberapa pasal-pasal yang dianggap multitafsir dan berpotensi mengkriminalisasi kebebasan berekspresi di media sosial. Oleh karena itu, peran pemerintah daerah, khususnya Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO), menjadi penting untuk memberikan edukasi dan klarifikasi kepada masyarakat melalui sosialisasi yang komunikatif dan persuasif. (Siregar, 2021).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah direvisi menjadi UU Nomor 19 Tahun 2016 dan terbaru UU Nomor 1 Tahun 2024 merupakan dasar hukum yang mengatur aktivitas digital di Indonesia, seperti perlindungan data pribadi, hak cipta, kejahatan siber, dan penyebaran informasi di media elektronik. Dalam penelitian ini, UU ITE menjadi fokus sosialisasi melalui media sosial Instagram. Namun, UU ITE masih sering menimbulkan kontroversi di masyarakat karena adanya beberapa pasal yang dianggap multitafsir atau dikenal sebagai “pasal karet”. Salah satu pasal yang banyak diperdebatkan adalah Pasal 27 terkait penghinaan dan pencemaran nama baik di media elektronik yang dinilai memiliki makna ambigu sehingga membuka peluang perbedaan interpretasi.

Pemerintah menegaskan UU ITE digunakan dan dimanfaatkan untuk menjaga, memelihara dan memperkuat persatuan dan kesatuan Indonesia, secara aman dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat (Siregar, 2021). UU ITE memberikan wewenang yang signifikan kepada DISKOMINFO untuk

mengawasi tindakan merugikan melalui media sosial. UU ITE ini disahkan salah satunya digunakan untuk melindungi kepentingan negara, publik, dan swasta dari kejahatan siber (*cyber crime*) yang berkembang di dunia maya. Hal ini membuka peluang bagi DISKOMINFO Kota Malang untuk mengambil tindakan tegas dalam upaya melindungi masyarakat. Dalam hal ini, UU ITE berperan sebagai payung hukum yang memfasilitasi tindakan pencegahan dan pembatas.

Dalam konteks penelitian ini, DISKOMINFO Kota Malang memiliki peran yang sangat penting sebagai jembatan komunikasi pemerintah daerah di tingkat daerah serta bertanggung jawab dalam hal mengedukasi masyarakat mengenai substansi UU ITE, perubahan regulasi terbaru, serta dampaknya terhadap perilaku digital masyarakat. Melalui media sosial, khususnya Instagram DISKOMINFO Kota Malang dapat menjalankan fungsi komunikasi publik yang bersifat edukatif, persuasif, dan partisipatif. Strategi sosialisasi yang tepat dapat membantu pemahaman publik terkait UU ITE dan meningkatkan kepercayaan terhadap pemerintah daerah sebagai pengelola informasi publik.

DISKOMINFO Kota Malang memiliki mandat yang sangat erat dengan pengawasan, pengaturan, dan pelaksanaan regulasi di ranah informatika, sistem elektronik, aplikasi digital, pengelolaan konten, dan keamanan informasi sehingga diperlukannya sosialisasi agar informasi tersampaikan kepada publik yaitu sosialisasi kebijakan khususnya UU ITE sesuai dengan objek penelitian ini. DISKOMINFO Kota Malang menggunakan Undang-Undang Nomor 1 tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagai landasan hukum untuk mengawasi dan mengatur penyebaran konten ilegal atau merugikan di Kota Malang. UU ITE ini memberikan pijakan yang solid untuk tindakan pencegahan dan penindakan terhadap penyebaran konten ilegal atau merugikan. (Undang-Undang RI, 2024)

DISKOMINFO Kota Malang merupakan suatu institusi teknis daerah yang berkiprah dalam bidang sarana komunikasi dan informatika. Terdapat 4 bidang di dalamnya yang diantaranya sekretariat, bidang aplikasi dan informatika, bidang

komunikasi dan informasi publik, serta bidang statistik dan persandian. Bidang komunikasi dan informasi publik adalah bidang yang memegang serta mengatur akun *official* sosial media Pemerintahan Kota Malang (@pemkotmalang) dan DISKOMINFO Kota Malang (@kominfomalang) sesuai dengan TUPOKSI (tugas pokok dan fungsi). Namun, terdapat perubahan struktural dalam pengelolaan akun media sosial @kominfomalang. Penanggung jawab pengelolaan media sosial resmi dialihkan dari Bidang KIP ke Bidang Sekretariat. Pergeseran ini dilakukan karena keterbatasan sumber daya manusia yang secara khusus berfokus pada pengelolaan akun media sosial resmi DISKOMINFO Kota Malang.

Sebelumnya, Bidang KIP memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola akun media sosial Pemerintah Kota Malang secara keseluruhan, sehingga perhatian terhadap akun resmi DISKOMINFO Kota Malang menjadi terbagi. Kondisi tersebut semakin diperparah dengan tidak adanya tim *social media specialist* yang secara khusus ditugaskan untuk menangani konten dan strategi komunikasi digital DISKOMINFO Kota Malang serta karyawan pada Bidang Sekretariat yang saat ini mengelola akun media sosial kurang mampu dalam teknologi digital. Akibatnya optimalisasi pengelolaan akun Instagram DISKOMINFO Kota Malang, khususnya dalam aspek sosialisasi kebijakan publik seperti UU ITE belum berjalan secara optimal.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil pengamatan terhadap keseluruhan unggahan pada akun Instagram @kominfomalang, menunjukkan bahwa konten yang secara khusus membahas sosialisasi UU ITE baru dipublikasikan pada periode Februari hingga Mei 2025, meskipun akun tersebut telah aktif sebelumnya. Temuan ini juga didukung oleh hasil wawancara dengan Sekretaris Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Malang, yang mengungkapkan bahwa sosialisasi UU ITE melalui media sosial khususnya Instagram belum dilakukan secara konsisten dan terencana.

Berdasarkan data Social Blade, akun Instagram @kominfomalang memiliki engagement rate yang rendah, yaitu sebesar 0,48% dengan jumlah pengikut sebanyak 15.405 followers. Rendahnya engagement tersebut menyebabkan jangkauan (reach)

konten menjadi kurang optimal. Konten yang dipublikasikan melalui akun Instagram DISKOMINFO Kota Malang masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan dinas, informasi umum, edukasi, kolaborasi antar lembaga, serta unggahan peringatan hari besar. Padahal, sebagai instansi yang memiliki peran strategis dalam bidang komunikasi dan informatika, DISKOMINFO Kota Malang memiliki tanggung jawab dalam mensosialisasikan kebijakan UU ITE kepada masyarakat. Namun, pada praktiknya, penyampaian edukasi terkait UU ITE melalui Instagram masih belum berjalan secara optimal.

Selain itu, diperlukan pengelolaan yang lebih terarah, karena sebagian besar unggahan kurang interaktif. Kondisi ini menyebabkan tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens terhadap konten yang dipublikasikan menjadi rendah. Oleh sebab itu, perlu dilakukan optimalisasi terhadap berbagai fitur yang tersedia di platform instagram agar komunikasi yang terjalin tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif.

UU ITE merupakan kebijakan nasional yang memiliki relevansi tinggi dengan aktivitas digital masyarakat Indonesia, namun sering kali kurang mendapatkan perhatian publik. Minimnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap substansi UU ITE menyebabkan masih banyak ditemukan tindakan-tindakan yang menyimpang di ruang digital, baik dalam bentuk ujaran kebencian, penyebaran hoaks, maupun pelanggaran etika berinternet. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap regulasi digital masih rendah, sehingga diperlukan upaya edukatif yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman publik mengenai UU ITE. (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2021)

Pemilihan platform Instagram sebagai fokus utama upaya optimalisasi dilakukan karena platform tersebut merupakan satu-satunya media sosial yang masih aktif digunakan oleh DISKOMINFO Kota Malang. Akun media sosial lainnya sudah tidak beroperasi dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain itu, hingga saat ini masih sedikit konten yang spesifik berfokus pada edukasi publik terkait UU ITE. Oleh karena itu, diperlukan strategi optimalisasi penggunaan Instagram sebagai

sarana utama dalam sosialisasi kebijakan publik, khususnya terkait UU ITE, kepada masyarakat Kota Malang.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat kesenjangan antara mandat kelembagaan DISKOMINFO Kota Malang sebagai pengelola komunikasi publik dan praktik aktual pemanfaatan Instagram dalam sosialisasi UU ITE. Di sisi lain, penelitian terdahulu lebih banyak membahas penggunaan media sosial pemerintah secara umum, sementara kajian yang secara spesifik menelaah optimalisasi strategi konten Instagram dalam sosialisasi kebijakan regulatif seperti UU ITE pada level pemerintah daerah masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dan peneliti mengambil judul **“OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK SOSIALISASI KEBIJAKAN PEMERINTAH (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM DINAS KOMINFO KOTA MALANG DALAM MENSOSIALISASIKAN UU ITE.”**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti adalah “Bagaimana optimalisasi media sosial pemerintah pada akun Instagram @kominfomalang untuk mensosialisasikan UU ITE melalui optimalisasi konten meliputi perencanaan, produksi, dan distribusi konten?.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana optimalisasi akun Instagram Dinas Kominfo Kota Malang dalam sosialisasi kebijakan UU ITE melalui optimalisasi konten meliputi perencanaan, produksi, dan distribusi konten.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital pemerintah, khususnya terkait optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana sosialisasi kebijakan publik. Selain itu, penelitian ini dapat

menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi pengelolaan media sosial pemerintah, interaksi digital, serta komunikasi kebijakan melalui platform media sosial.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Malang sebagai bahan evaluasi dan pengembangan pengelolaan media sosial pemerintah, khususnya dalam sosialisasi kebijakan publik melalui Instagram. Adapun manfaat yang diharapkan antara lain:

1. Menjadi bahan pertimbangan bagi DISKOMINFO Kota Malang dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan media sosial, khususnya terkait kemampuan teknis produksi konten, pemanfaatan fitur platform digital, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi.
2. Menjadi referensi dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih partisipatif melalui pemanfaatan fitur-fitur interaktif Instagram guna meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses penyebaran informasi dan sosialisasi kebijakan publik.
3. Memberikan masukan terkait pentingnya pemanfaatan data performa konten sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan dalam penyusunan strategi komunikasi digital yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.
4. Menjadi acuan dalam penerapan perencanaan konten (content plan) yang terstruktur sehingga proses publikasi konten dapat berjalan lebih konsisten, terjadwal, dan selaras dengan tujuan komunikasi instansi.
5. Menjadi bahan refleksi dan evaluasi bagi DISKOMINFO Kota Malang dalam menyusun strategi optimalisasi media sosial yang lebih berkelanjutan, inovatif, serta responsif terhadap perubahan perilaku audiens dan perkembangan platform media sosial.