

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

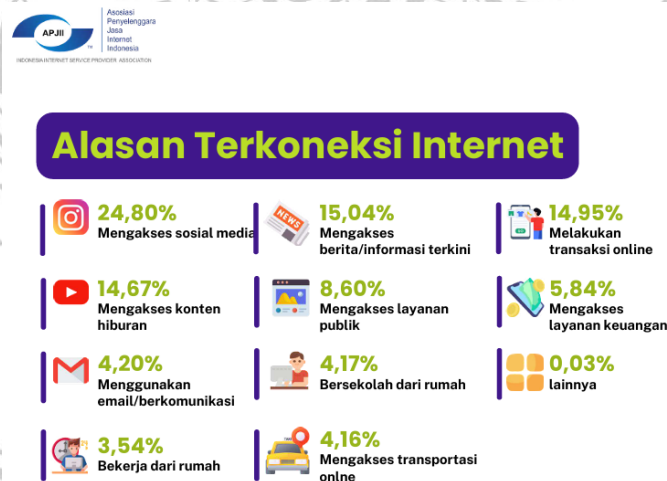
Teknologi pada dasarnya diciptakan untuk membuat kehidupan manusia lebih mudah dan nyaman. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memiliki dampak yang besar terhadap sistem komunikasi, baik dari segi cara penyampaian pesan maupun pola interaksi antarindividu. Teknologi modern seperti internet, media sosial, dan perangkat komunikasi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi yang menjadikan proses komunikasi lebih cepat, terbuka, dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Teknologi komunikasi dan informasi adalah aplikasi pengetahuan dan keterampilan yang digunakan manusia dalam mengalirkan informasi atau pesan dengan tujuan membantu menyelesaikan permasalahan manusia dalam aktivitas sosial agar tercapai tujuan komunikasi (Daryanto Setiawan, 2018).

Saat ini, seseorang dapat berhubungan dengan siapa saja tanpa dibatasi oleh faktor waktu, jarak, jumlah, kapasitas, dan kecepatan, seperti penggunaan satelit dalam komunikasi (Muhibuddin Alamsyah, 2023). Sistem komunikasi bersifat sangat terbuka yang memungkinkan setiap individu dapat memanfaatkannya untuk menyampaikan berbagai pandangan mereka melalui media tanpa batas. Semakin berkembangnya teknologi informasi menyebabkan penyebaran informasi berlangsung menjadi lebih cepat dan meluas, salah satu produk nyata dari perkembangan tersebut yaitu dengan munculnya media sosial sebagai ruang komunikasi digital yang tidak lagi terbatas pada kepentingan individu melainkan juga dimanfaatkan secara luas oleh organisasi dan komunitas untuk tujuan sosial.

Pada awal kemunculannya, media sosial di Indonesia tumbuh dengan cepat sejalan dengan peningkatan akses internet di kalangan para pengguna. Kemajuan ini juga didukung oleh perkembangan internet, seperti perluasan jaringan WIFI dan fiber optic. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2025, jumlah pengguna internet tercatat mencapai 229.428.417 juta jiwa dari total populasi 284.438.900 jiwa penduduk Indonesia Tahun 2025 dengan

pertumbuhan Tingkat penetrasi Indonesia sebesar 80.66%. Pada periode 2024, jumlah pengguna internet berada di angka 221 juta jiwa, sehingga terjadi peningkatan sebesar 1,16% dari tahun sebelumnya. Aktivitas yang dilakukan pengguna internet terbanyak yaitu mengakses sosial media dengan jumlah 24,80% pada tahun 2025 (APJII, 2025)

Berdasarkan karakteristik pengguna, kelompok pelajar dan mahasiswa menempati persentase tertinggi pengguna internet di Indonesia, yaitu sebesar 86,30% dari total pengguna, diikuti oleh kelompok pekerja sebesar 83,66%, pengurus rumah tangga sebesar 77,57%, pensiunan sebesar 77,22%, dan yang belum memiliki pekerjaan sebesar 67,22% (APJII, 2025). Data ini menunjukkan bahwa remaja dan mahasiswa merupakan kelompok konsumen potensial penggunaan layanan internet dan sebagian besar aktivitas komunikasi mereka dilakukan melalui media sosial. Alasan Masyarakat terkoneksi internet dapat dilihat pada Gambar 1.1, sedangkan data mengenai Tingkat penetrasi serta kontribusi pengguna internet Indonesia berdasarkan sektor pekerjaan disajikan pada Gambar 1.2.

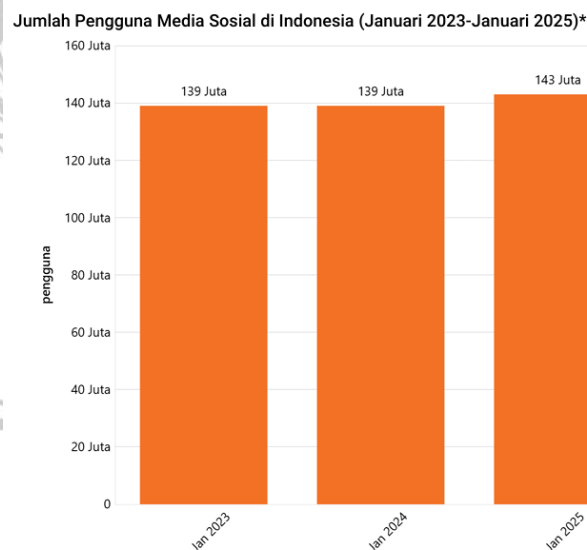


Gambar 1. 1 Alasan Terkoneksi Internet (APJII, 2025)



Gambar 1. 2 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2025

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan setiap tahunnya. Menurut We Are Social, pada Januari 2025 berjumlah 143 juta pengguna media sosial di Indonesia yang bertambah 4 juta pengguna dengan presentase 2,9% dibanding tahun 2024. Seperti yang bisa dilihat di Gambar 1.3 berikut.



Gambar 1. 3 Diagram Jumlah Pengguna Media Sosial
di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id

Di antara berbagai platform media sosial yang tersedia, media sosial seperti Instagram telah menjadi salah satu platform utama untuk komunikasi dan interaksi sosial. Pada Juni 2025, jumlah pengguna Instagram secara global mencapai 2 miliar yang menjadikannya salah satu media sosial terpopuler di dunia (databoks, 2025). Di Indonesia, menurut laporan We Are Social edisi Februari 2025 sebanyak 84,6% responden pengguna internet di Indonesia menggunakan Instagram. Survei Cube Asia pada 2025 juga menemukan bahwa Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia dengan angka penggunaan mencapai 92% dan Indonesia menempati posisi ke-empat di dunia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak yaitu 104,8 juta pengguna pada Oktober 2023.

Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan berbagi konten tetapi telah berkembang menjadi alat strategis untuk membangun komunitas, menyebarkan informasi, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial. Komunikasi digital melalui platform ini memungkinkan organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat, interaktif, dan personal. Fitur-fitur seperti *feed*, *reels*, dan *stories* terbukti mampu membentuk narasi visual yang kuat dalam meningkatkan keterlibatan pengguna terhadap isu-isu sosial termasuk volunteerisme.

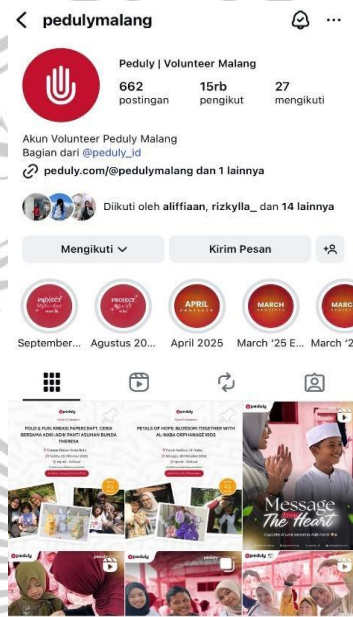
Volunteerisme merupakan bentuk partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan sosial, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan, yang sangat penting untuk pembangunan berkelanjutan. *Volunteer* atau dikenal dengan kata “Relawan” Adalah seseorang yang secara sukarela menyumbang waktu, tenaga, dan juga pikiran kepada kegiatan tertentu dengan tujuan menolong sesama (Connors, 2012 dalam Aulia & Wempi, 2023). Relawan memiliki hubungan yang kuat dengan kegiatan sosial. Kegiatan sosial adalah aktivitas yang dilakukan secara bersama oleh masyarakat untuk membantu atau memberikan manfaat bagi sesama. Di Indonesia, khususnya di kota Malang, volunteerisme sering kali diorganisir melalui komunitas

atau akun media sosial yang fokus pada isu-isu lokal seperti bantuan bencana, pendidikan anak, dan pelestarian lingkungan. Namun, tantangan utama dalam merekrut dan mempertahankan partisipasi volunteer adalah rendahnya kesadaran, motivasi, dan keterlibatan jangka panjang. Banyak akun media sosial gagal memanfaatkan strategi komunikasi digital yang efektif, seperti konten yang menarik, interaksi dua arah, dan kampanye yang disesuaikan dengan audiens, sehingga partisipasi volunteer tetap rendah.

Di Malang, terdapat beberapa komunitas volunteer yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berbagi informasi, mengunggah kegiatan sosial, serta mengajak masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan relawan. Pertama, akun Instagram @involunteermalang dengan 9.561 pengikut dan 330 unggahan per tanggal 2 November 2025, unggahan terkait informasi kegiatan volunteer yang dilaksanakan di Malang Raya. Kedua, akun Instagram @volunvibesmalang dengan 11,4 ribu pengikut dan 161 unggahan per tanggal 29 Oktober 2025, unggahan terkait informasi mengenai kegiatan volunteer di Malang raya. Ketiga, akun Instagram @kejarmimpi_malang dengan 8.230 pengikut dan 456 unggahan per tanggal 31 Oktober 2025, unggahan terkait informasi program komunitas seperti workshop, live talk, creative programs, ajakan partisipasi volunteer, prestasi anggota komunitas. Keempat yaitu akun Instagram @pedulymalang dengan 15.000 pengikut dan 669 unggahan per tanggal 30 Oktober 2025 dengan unggahan terkait ajakan untuk bergabung menjadi volunteer, kegiatan sosial yang mereka lakukan, dokumentasi kebahagiaan serta pengalaman dalam aksi volunteer. Berdasarkan perbandingan tersebut, akun @pedulymalang menempati posisi pertama di Malang Raya dalam kategori akun informasi relawan, yang mengindikasikan bahwa akun ini memiliki strategi komunikasi digital yang relatif lebih efektif dibandingkan akun-akun sejenis di Malang Raya.

Akun Instagram @pedulymalang merupakan salah satu inisiatif digital yang berfokus pada kegiatan sosial di Malang, seperti kampanye peduli lingkungan, bantuan sosial, dan edukasi. Akun media sosial Instagram @pedulymalang merupakan sebuah platform yang berfungsi untuk untuk mendorong partisipasi masyarakat Malang Raya dalam berbagai program volunteer sejak Maret 2021.

Peduly Malang merupakan salah satu komunitas yang menjadi bagian dari Peduly Indonesia (peduly.id) yang beroperasi pada penggalangan dana, donasi, dan info relawan yang terdaftar resmi dalam KEMENKUMHAM (peduly.com). Seperti yang bisa dilihat dari Gambar 1.4 dibawah yang diakses pada 30 Oktober 2025 berikut.



Gambar 1. 6 Tangkapan Layar Akun Instagram
@pedulymalang (30 Oktober 2025)

Sumber: Akun Instagram [@pedulymalang](https://www.instagram.com/pedulymalang)

Akun media sosial Instagram @pedulymalang dengan komunikasi digital yang efektif berperan penting dalam mendorong partisipasi volunteer sekaligus memberikan kontribusi bagi praktik organisasi sosial di Indonesia. Dengan memahami strategi yang diterapkan, akun serupa dapat belajar untuk mengoptimalkan platform digital dalam membangun komunitas yang lebih aktif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh @pedulymalang dalam partisipasi *volunteer*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas. Peneliti merumuskan rumusan masalah yaitu “Bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan Komunitas Peduly Malang melalui akun Instagram @pedulymalang dalam partisipasi *volunteer*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitiannya yaitu “Mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Komunitas Peduly Malang melalui akun Instagram @pedulymalang dalam partisipasi *volunteer*”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Menambah wawasan baru dalam bidang komunikasi digital terkait pemanfaatan media sosial seperti Instagram untuk mendorong keterlibatan jangka panjang dalam partisipasi sosial dan kegiatan volunteerisme. Hasil analisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instragram @pedulymalang dapat memperkaya literatur mengenai strategi komunikasi dalam organisasi atau komunitas sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang komunikasi digital dalam meningkatkan keterlibatan Masyarakat dalam isu-isu sosial serta dampak interaksi digital terhadap perilaku sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif Masyarakat dalam kegiatan volunteerisme di Indonesia khususnya di kota Malang. Melalui identifikasi strategi komunikasi digital, penelitian ini dapat berfungsi sebagai paduan komunitas atau organisasi sosial lainnya untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial seperti memberikan wawasan bagi praktisi media sosial mengenai pola komunikasi yang mampu meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens, serta

membantu Masyarakat atau calon volunteer memperoleh informasi yang lebih jelas dan mudah diakses mengenai kegiatan sosial sehingga dapat mendorong keterlibatan dalam proses mencari relawan.

