



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan jaman yang semakin maju juga sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan kompleks. Perkembangan teknologi membawa dampak besar bagi aspek masyarakat saat ini. Dampak yang muncul dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Aspek-aspek tersebut seperti politik, sosial, ekonomi, dan budaya. Salah satu contoh dampak positif dalam aspek sosial seperti kemajuan teknologi komunikasi yang cepat dapat mempermudah komunikasi antar manusia dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Selain itu juga ada dampak dalam aspek politik seperti kegiatan komunikasi untuk keperluan politik dengan menggunakan teknologi informasi menyebabkan sampainya berita lebih cepat, dilakukan secara efisien, dan nyaman. Dari contoh tersebut, dapat dikatakan bahwa perkembangan teknologi sangat mempengaruhi perkembangan komunikasi saat ini. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini yang paling banyak dirasakan oleh masyarakat adalah dengan menggunakan akses internet. Munculnya keberadaan internet menjadikan dunia komunikasi semakin luas dan tidak terbatas.

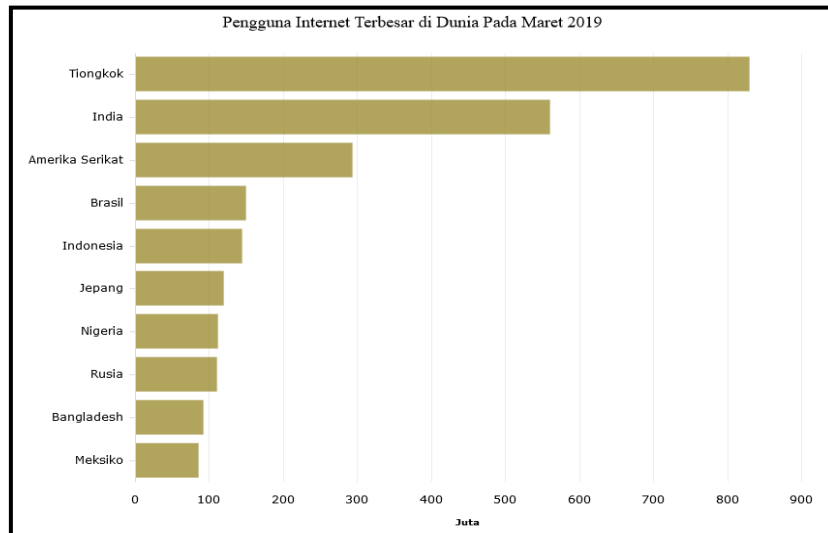
Internet juga sudah dapat dikatakan sebagai kebutuhan masyarakat dalam membantu kehidupan sehari-hari. Hal ini sudah dirasakan oleh seluruh masyarakat di dunia, terutama Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat Indonesia semakin membutuhkan akses internet dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk sumber informasi, hiburan, ataupun pendukung dalam melakukan pembelajaran dan pekerjaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Databoks (2019), pada bulan Maret 2019, Indonesia menempati peringkat 5 besar dalam penggunaan internet di dunia sebanyak 143,26 juta per Maret 2019.

Gambar 1.1
Grafik Pengguna Internet Terbesar di Dunia pada Maret 2019



Sumber: Katadata.co.id, Databoks

Penggunaan internet semakin tahun ke tahun juga semakin meningkat. Hal ini juga disebabkan oleh adanya fungsi dan kebutuhan yang mendukung penggunaannya sebagai salah satu sarana komunikasi yang lebih efisien dan efektif. Dampak dari perkembangan teknologi komunikasi ini juga dirasakan oleh perusahaan, lembaga, institusi atau organisasi. Contoh yang dapat kita lihat secara nyata adalah dengan banyaknya kemunculan toko-toko *online* atau biasa kita kenal dengan *e-commerce* yang awalnya hanya berawal dari toko menetap di suatu tempat.

Seiring berkembangnya teknologi juga mempengaruhi perilaku masyarakat atau konsumen. Perilaku konsumen yang berubah menuntut sebuah perusahaan atau organisasi untuk mengimbangi dan terus berkembang untuk menjangkau publiknya. Salah satunya dengan pemanfaatan media sosial. Pemanfaatan media sosial dapat membantu perusahaan untuk semakin mudah mengetahui dan menjangkau publiknya.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan cara ini, hubungan antar perusahaan dengan publik perusahaan terus berjalan dengan saling membutuhkan dan menguntungkan.

Adanya kemajuan teknologi komunikasi, selain mempengaruhi pola perusahaan dan organisasi juga mempengaruhi salah satu profesi penting dalam sebuah perusahaan yaitu *public relations* atau yang sering disingkat dengan sebutan PR. Peran dan fungsi PR sebagai ‘jembatan’ antara perusahaan dengan publik perusahaan dalam membangun hubungan dan menyampaikan informasi aktivitas perusahaan akan semakin mudah. Seorang praktisi PR yang aktivitasnya juga menggunakan internet ini dapat dikenal dengan sebutan *cyber PR*, PR digital atau E-PR. E-PR saat ini lebih banyak memanfaatkan media *online* sebagai media atau alat yang membantu menjalankan fungsi serta aktivitas perusahaan dan organisasi.

Salah satu media *online* yang digunakan dalam aktivitas PR juga bermacam-macam, seperti Blog, E-Mail, *website*, media sosial, dan media *online* lainnya. Media-media tersebut digunakan dalam melakukan peran PR digital. Dikutip oleh Kompasiana juga menyatakan bahkan jejaring sosial menjadi sarana populer dan cukup diperhitungkan keefektifannya di masa sekarang (sumber: Kompasiana.com; diakses pada 7 November 2016). Salah satu media *online* yang sering digunakan dan dimanfaatkan adalah media sosial.

Media sosial pada saat ini sangat diminati oleh setiap individu maupun perusahaan dalam berpartisipasi dan berbagi informasi maupun hiburan bagi target sasarannya. Rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit per hari. Angka itu juga di atas rata-rata global yang mencatat waktu 2 jam 24 menit per hari (sumber: kumparan.com; diakses pada 21 Februari 2020). Semakin canggihnya internet ini membawa media sosial sebagai sebuah kebutuhan dari masyarakat.

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Kantor Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Media sosial dapat memberikan sumber informasi, pelajaran, tempat berkomunikasi, dan hiburan. Media sosial saat ini juga memberikan dampak positif apabila dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Namun media sosial juga dapat membawa dampak negatif apabila digunakan secara tidak baik atau berlebihan. Dalam hal ini, tidak jarang seorang praktisi PR memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alat dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan organisasi. Salah satu media sosial yang selalu berkembang adalah Instagram.

Instagram adalah satu *platform* yang digunakan untuk berbagi foto atau video secara *online*. Instagram juga diartikan sebagai salah satu aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya. Instagram banyak diminati oleh sebagian besar orang untuk memperoleh dan memberikan informasi, pendidikan, maupun hiburan. Dalam hal ini, Instagram turut digunakan dalam membangun hubungan dengan khalayak dalam menciptakan keterikatan dan menjaga hubungan yang sudah dibangun dengan baik.

Dalam penelitian, salah satu lembaga yang menggunakan sarana media sosial antara lain dalam bidang pendidikan yaitu Institut Komunikasi dan Bisnis *London School of Public Relations* (LSPR). Institut Komunikasi dan Bisnis *London School of Public Relations* adalah salah satu institut perguruan tinggi di Jakarta yang diketahui banyak orang merupakan kampus yang berbasis komunikasi dan saat ini sudah berkembang menjadi institut berbasis bisnis juga. Kampus ini juga mengimplementasikan fungsi PR digital menjangkau publik kampus, baik publik internal maupun publik eksternal.

Namun, seperti yang kita ketahui bersama, ditahun ini seluruh dunia khususnya Indonesia sedang mengalami situasi yang kurang mendukung berjalannya aktivitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



masyarakat, baik dari segi bidang pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan, dan sosial. Keadaan ini disebut dengan masa pandemi. Hal ini terjadi karena disebabkan adanya penemuan wabah virus yang berasal dari Kota Wuhan, Hubei, China. Wabah tersebut dinamakan wabah Virus Corona atau yang dikenal dengan istilah COVID-19 (*Corona Virus Disease* tahun 2019). Virus ini pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Hubei, China. COVID-19 adalah penyakit menular jenis baru dari virus corona baru atau SARS-CoV-2, yang dimana virus ini menular pada manusia melalui hewan. (sumber: kompas.com; diakses pada 31 Maret 2020).

Menurut *National Health Service* (NHS) di Inggris menyebutkan gejala virus ini yang lebih spesifik, jika seseorang terinfeksi COVID-19, temperatur tubuhnya akan tinggi yang bisa dirasakan jika menyentuh bagian dada atau punggung. Selain itu, seseorang yang terinfeksi juga akan mengalami batuk yang terus-menerus. Sejauh ini belum ada obat atau vaksin yang ditemukan untuk dapat mengobati penyakit jenis ini, oleh karena itu kasus COVID-19 yang berhasil disembuhkan sepenuhnya tergantung pada kekuatan sistem imun tubuh.

Masa pandemi yang terjadi sangat mempengaruhi peran seorang PR, terutama dalam fungsi tetap membangun dan menjalin hubungan dengan publik perusahaan atau organisasi. Sama halnya dengan Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, munculnya wabah ini juga menyulitkan institut tersebut dalam melakukan kegiatan komunikasi dan pembelajaran. Tidak hanya kegiatan mengajar, melainkan seluruh kegiatan komunikasi kampus lainnya juga menjadi terhambat. Hal ini dirasakan oleh publik kampus, baik mahasiswa/i, dosen, dan seluruh karyawan LSPR. Namun, LSPR memberikan kebijakan untuk melakukan kegiatan pembelajaran tetap berjalan di rumah masing-masing dengan sarana media *online*.



Kegiatan yang dilakukan secara *online* dirumah selama pandemi ini disebut dengan *Work From Home* (WFH). Hal ini yang membuat Institut Komunikasi dan Bisnis LPSR mengalami komunikasi krisis. Dalam hal ini, komunikasi krisis juga menghambat tugas dan fungsi PR di Institut Komunikasi dan Bisnis LPSR dalam melaksanakan rencana dan strategi perusahaan yang sudah ditentukan. Menurut Kathleen Fearn-Banks (2017:2) dalam buku *Crisis Communications: A Casebook Approach*, komunikasi krisis merupakan percakapan antara organisasi dengan publik organisasi dari sebelum, selama, dan setelah kejadian negatif terjadi. Komunikasi krisis juga menuntut seseorang atau perusahaan dalam menggunakan pesan terbaik yang disampaikan dengan metode atau strategi yang paling efektif kepada publik.

Hambatan tersebut dirasakan oleh praktisi PR Institut Komunikasi dan Bisnis LPSR dalam membangun hubungan di situasi pandemi COVID-19 ini. Dengan begitu, salah satu strategi dalam tetap memelihara hubungan di masa pandemi saat ini yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial akan lebih mudah diakses oleh publik perusahaan dan lebih efektif dalam melakukan komunikasi yang dua arah, sehingga hubungan yang dibangun akan berjalan dengan baik, positif, dan saling menguntungkan. Institut Komunikasi dan Bisnis LPSR menggunakan media sosial Instagram pada akun @lsprjakarta sebagai salah satu strategi digital PR dalam menjalankan fungsi perusahaan untuk tetap membangun hubungan selama pandemi COVID-19.

Menurut Jojo S. Nugroho, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan *Public Relations* Indonesia (APPRI) saat menjadi narasumber pada acara yang bertajuk “Strategi Komunikasi Korporat Menghadapi COVID-19”, menyebutkan bahwa dengan cara berkomunikasi di masa krisis jelas perlu penyesuaian karena sepanjang relevan dan memiliki konteks terhadap krisis yang sedang terjadi, hasilnya akan bagus bagi reputasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebuah merek. (sumber: humasindonesia.id; diakses pada 22 April 2020). Penelitian yang dilakukan dalam Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR didasari dengan teori *relationship management*. Teori ini merupakan teori khas *public relations* dengan melihat upaya dalam membangun hubungan yang baik, positif, dan saling menguntungkan.

Dalam situasi pandemi COVID-19 saat ini, Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR harus tetap mengomunikasikan pesan dengan tujuan agar tetap menjalin hubungan dengan publiknya. PR digital salah satunya yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial Instagram dengan cara mengunggah konten-konten yang telah dirancang. Konten-konten tersebut biasanya diunggah pada fitur Instagram yaitu *instagram feed*, *instagram story* (sebagai pendukung), *instagram TV*, dan *instagram highlight*. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram ini sangat membantu pihak Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR khususnya praktisi PR dalam mengomunikasikan pesan untuk membangun relasi, terutama terhadap publiknya.

Melalui konten-konten yang diberikan pada @lsprjakarta ini, interaksi dan hubungan akan terus berjalan dan berkelanjutan. Konten yang diunggah tersebut berdasarkan topik-topik yang sudah dibentuk dan dikemas sedemikian rupa. Pada penelitian ini konten-konten yang dikemas dalam Instagram dilihat berdasarkan konsep Sturges yaitu membagi tiga kategori kemasan informasi yang dibutuhkan khalayak dalam situasi krisis, yaitu *instructing information*, *adjusting information*, dan *internalizing information*. Sehingga, penelitian ini akan membahas pengemasan informasi pada konten Instagram @lsprjakarta dalam mengomunikasikan pesan dengan melihat kebutuhan informasi khalayak institut di masa pandemi COVID-19.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terdapat dalam latar belakang masalah diatas, peneliti telah menyimpulkan rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti pada penelitian ini. Permasalahan yang akan diteliti sesuai dengan judul penelitian ini adalah “Bagaimana Pengemasan Informasi pada Konten Instagram @lsprjakarta dalam Mengomunikasikan Pesan Selama Pandemi COVID-19?”

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain:

1. Bagaimana konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *instructing information* selama pandemi COVID-19?
2. Bagaimana konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *adjusting information* selama pandemi COVID-19?
3. Bagaimana konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *internalizing information* selama pandemi COVID-19?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian yang peneliti lakukan adalah, antara lain:

1. Untuk mengetahui konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *instructing information* selama pandemi COVID-19.
2. Untuk mengetahui konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *adjusting information* selama pandemi COVID-19.
3. Untuk mengetahui konten-konten Instagram @lsprjakarta yang termasuk dalam kemasan *internalizing information* selama pandemi COVID-19.



E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dilakukan juga untuk memberikan manfaat yang dapat membantu pihak-pihak yang bersangkutan. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu komunikasi secara umum dan menambah wawasan baru dalam penelitian dibidang ilmu komunikasi.

Selain itu dalam manfaat akademis, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan wawasan baru dalam penelitian yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran, tepatnya *public relations* (PR) dengan pemanfaatan media *online*. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, terutama bidang ilmu komunikasi pada era digital.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian kedua yaitu manfaat praktis. Secara praktis, penelitian ini dapat berguna sebagai acuan atau bahan evaluasi yang dapat bermanfaat untuk membantu Institut Komunikasi dan Bisnis *London School of Public Relations* untuk dapat meningkatkan strategi PR dalam menghadapi situasi krisis. Strategi tersebut dapat dikembangkan dalam strategi media sosial, khususnya Instagram.

Penelitian ini juga menyumbangkan ide dan masukan bagi pihak yang diteliti berupa hasil penelitian untuk terus dapat dikembangkan dalam aktivitas atau kegiatan kampus. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi landasan dalam mengomunikasikan pesan melalui konten-konten Instagram dengan memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi dalam masa krisis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.