

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi telah menciptakan era baru dalam komunikasi dan informasi, yang secara signifikan mempengaruhi cara kita berinteraksi dan menyampaikan pesan. Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang dengan sangat cepat, membawa perubahan radikal dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Media sosial, seperti Instagram, telah menjadi salah satu platform yang paling populer dan efektif untuk menyebarkan informasi, membangun komunitas, dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat luas. Para ahli berpendapat bahwa kemajuan teknologi ini berdampak pada banyak aspek dan salah satunya dalam bidang komunikasi yang ditandai dengan mudahnya orang lain berkomunikasi dengan jarak yang cukup jauh.

Perkembangan internet terus terjadi hingga akhirnya melahirkan suatu teknologi baru yakni Web 2.0 yang memperkenalkan dunia pada Web Sosial dan merupakan sebuah medium yang digunakan seorang dalam berkomunikasi dengan komunitas online yang mereka kehendaki. Salah satu bentuk aplikasi dari teknologi Web 2.0 adalah sosial media.²

² Akbar Saputro, "Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Kpknl Bekasi Dalam Membangun Citra Institusi," *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 6, no. 2 (2024): 64–72.

Perkembangan web di Indonesia telah mengalami perubahan besar seiring dengan kemajuan teknologi. Masyarakat telah menyaksikan peralihan dari era Web 1.0, di mana pengguna berperan pasif, menuju Web 2.0 yang mendorong interaksi aktif melalui media sosial dan blog. Kemunculan Web 3.0 semakin memperluas akses internet, memungkinkan konektivitas tanpa batasan ruang dan waktu.

Berbagai perkembangan media internet seperti *social media*, membuat masyarakat dapat dengan mudah berinteraksi secara online atau langsung pada saat yang sama tanpa ada batasan geografis, ruang maupun waktu, mereka dapat berbagi apapun secara “*real time*”, terlebih dengan perkembangan gadget yang makin memudahkan masyarakat untuk saling terkoneksi.³ Pengguna media social sebagai komunitas online kini memainkan peran yang sangat penting dalam menyediakan ruang bagi interaksi sosial di era digital yang terus berkembang. Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk saling terhubung. Selain itu, pengguna sosial media mampu memfasilitasi terbentuknya hubungan sosial yang kuat, mendukung pertukaran informasi yang bermanfaat, dan memperluas jaringan sosial. Tidak hanya sekadar tempat untuk berkomunikasi, komunitas sosial yang terbentuk juga ini juga untuk bertukar informasi yang bermanfaat, baik dalam bidang pendidikan, pekerjaan, maupun berbagai

³ Baiq Cintya et al., “Jurnal Humanitas Penggunaan Media Sosial Dan Perubahan Perilaku Sosial Remaja” (2025).

aspek kehidupan lainnya. Dengan demikian, komunitas virtual atau komunitas online tidak hanya sekadar menjadi platform komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai ekosistem yang mendukung pengembangan individu serta memperkuat hubungan sosial dalam lingkungan digital yang semakin dinamis.⁴

Berdasarkan data tren pengguna internet dan media sosial pada bulan Januari tahun 2023 yang dilakukan oleh Hootsuite menunjukkan 77% dari jumlah populasi di Indonesia merupakan pengguna internet, serta terdapat 60,4% dari jumlah populasi di Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin bergantung pada teknologi digital terutama sosial media. Dengan tren yang terus meningkat, peran teknologi digital diperkirakan akan semakin signifikan dalam membentuk dinamika sosial di masa depan.

Pengelolaan media sosial yang efektif melibatkan perencanaan konten yang strategis, pemilihan platform yang sesuai dengan target audiens, serta interaksi yang aktif dengan pengikut. Konten yang relevan dan menarik, kita dapat membangun audiens yang setia dan meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, pemanfaatan fitur-fitur interaktif dapat meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan. Pemanfaatan media sosial telah menjadi salah satu alat yang efektif bagi pemerintahan modern

⁴ Aulia Iswaratama, "Peran Komunitas Virtual Dalam Mendorong Interaksi Sosial Di Era Digital" 3, no. 1 (2024): 51–61.

⁵ Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023," Andi.link, 2023, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

dalam membangun dan memperkuat citra mereka di mata masyarakat. Dengan adopsi teknologi dan penetrasi internet yang semakin meluas, media sosial telah menjadi platform yang strategis untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan mempengaruhi pandangan publik terhadap pemerintahan.⁶

Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik yang terbit mulai 1 Mei 2010, yang berdasar pada pasal 28F Undang-Undang Dasar 1945 huruf F yang berbunyi, “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.⁷ Media sosial, sebagai salah satu jenis saluran yang tersedia, memiliki potensi besar untuk memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi antara masyarakat dan pemerintah, serta antar masyarakat itu sendiri. Melalui media sosial, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi publik, menyampaikan aspirasi, dan berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan publik. Adanya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik merupakan tonggak penting dalam upaya mewujudkan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Sehingga masyarakat memiliki hak yang lebih

⁶ Suparyanto dan Rosad, “Peran Teknologi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Umkm,” *Suparyanto dan Rosad* 5, no. 3 (2020): 248–253.

⁷ Pemerintah Republik Indonesia, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 61 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik,” *Pemerintah Republik Indonesia*, no. 1 (2010).

kuat untuk mengakses informasi publik, serta dapat berpartisipasi lebih aktif dalam proses pengambilan kebijakan publik.

Dalam pengelolaan informasi publik, Humas menjadi divisi pemegang peranan krusial sebagai garda terdepan menjembatani antara pemerintah dan masyarakat, memastikan informasi yang relevan, akurat, dan mudah diakses tersampaikan dengan baik. Informasi disampaikan tentunya berpengaruh terhadap citra pemerintah dimana humas itu berada. Media sosial sebagai platform bagi humas dalam menjalankan komunikasi publik. Pengelolaan media sosial atau divisi humas lembaga pemerintahan dapat menganalisis perkembangan profil dan pembaruan atau update media sosial dalam interaksi dengan pemangku kepentingan yang beragam. Keahlian humas dalam mengelola media sosial membutuhkan kemampuan menyusun strategi yang baik agar konten di akun Instagram suatu Perusahaan atau instansi tetap terkendali.⁸

Saat ini media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif dan efisien. Berbagai instansi pemerintah, termasuk Kementerian Agama, memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan cerita secara langsung. Kementerian Agama Kabupaten Lamongan, melalui akun Instagram @kemenaglamongan, berupaya untuk menjangkau

⁸ Firmana dan Subekti, "Pengelolaan Konten Instagram Humas Jabar Sebagai Media Informasi Masyarakat Di Jawa Barat," *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi ...*, no. 3 (2024), <https://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi/article/view/197%0Ahttps://journal.asdkvi.or.id/index.php/Filosofi/article/download/197/317>.

masyarakat dengan informasi keagamaan yang relevan dan aktual. Dalam konteks ini, strategi komunikasi yang digunakan menjadi sangat penting untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens yang lebih luas.

Kementerian Agama (Kemenag) sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam urusan keagamaan seharusnya memanfaatkan media sosial sebagai platform yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang inklusif dan merangkul semua agama yang diakui di Indonesia. Namun, dari hasil observasi peneliti kenyataannya di media sosial Kemenag Lamongan menunjukkan bahwa konten yang diunggah cenderung didominasi oleh satu agama tertentu, yakni Islam, yang dapat menimbulkan persepsi kurang tepat di kalangan masyarakat bahwa Kemenag hanya fokus pada satu agama saja. Hal ini menjadi perhatian karena tidak mencerminkan keberagaman agama yang hidup di tengah masyarakat Lamongan, di mana Kemenag sebagai representasi pemerintah seharusnya menjunjung tinggi nilai-nilai tersebut. Selain itu, fenomena kurang populernya media sosial instansi pemerintah, termasuk Kemenag Lamongan, dibandingkan dengan media sosial non-instansi adalah masalah umum di era digital saat ini. Media non-instansi, seperti media hiburan, influencer, atau merek komersial, seringkali memiliki keunggulan dalam hal konten yang lebih kreatif, menarik, dan relevan dengan minat followers, serta lebih aktif dalam membangun interaksi dengan pengikut mereka, menciptakan hubungan yang lebih kuat dan loyal. Di sisi lain, instansi

pemerintah seringkali terkendala oleh keterbatasan sumber daya, birokrasi yang kompleks, dan fokus pada informasi yang bersifat formal, sehingga konten yang dihasilkan kurang menarik dan tidak mampu bersaing dengan konten dari media non-instansi yang lebih populer.

Dalam konteks ini, Kementerian Agama Kabupaten Lamongan perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk memanfaatkan potensi media sosial. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana Kementerian Agama dapat menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi keagamaan yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik bagi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih baik bagi instansi pemerintah dalam era digital.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi. Misalnya, penelitian oleh Sari mengenai penggunaan media sosial oleh organisasi keagamaan juga menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi keagamaan.⁹ Namun, penelitian tersebut tidak mengkaji secara mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dapat mempengaruhi keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kebaruan dengan fokus

⁹ Sari, "Peran Media Sosial Dalam Membentuk Opini Publik Di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Dan Media*, no. 2 (2021): 45–58.

pada Kementerian Agama Kabupaten Lamongan dan bagaimana mereka menggunakan Instagram sebagai media informasi keagamaan.

Kebaruan dari penelitian yaitu pada penelitian ini tidak hanya melihat pada penggunaan media sosial, tetapi juga menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kementerian Agama. Mencakup cara penyampaian pesan, jenis konten yang dibagikan, dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini secara spesifik meneliti Kementerian Agama Kabupaten Lamongan, yang mungkin belum banyak diteliti sebelumnya. Ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana instansi pemerintah lokal menggunakan media sosial untuk tujuan komunikasi keagamaan. Dengan memilih Instagram sebagai platform studi, peneliti mengkaji bahwa media sosial instagram paling populer di kalangan generasi muda. Ini memberikan perspektif baru tentang bagaimana platform visual dapat digunakan untuk menyampaikan informasi keagamaan.

Mendefinisikan problem, humas kemenag lamongan dalam mengelola media sosial instagram @kemenaglamongan perlu melakukan penyelidikan (riset) dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Dalam pengelolaan media sosial instagram @kemenaglamongan humas tidak memiliki target sehingga membuat postingan yang di lakukan kurang konsisten. Dengan kata lain dalam tahap ini humas kemenag dalam mengelola media sosial instagram perlu melakukan riset untuk mengetahui permasalahan dan hambatan dalam mengelola media sosial instagram.

Sehingga berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil **judul “Strategi Komunikasi Massa Humas Kementerian Agama Kabupaten Lamongan Melalui Akun Instagram @kemenaglamongan Sebagai Media Informasi Keagamaan”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka peneliti memfokuskan penelitian terhadap suatu masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi massa Humas Kementerian Agama Kabupaten Lamongan melalui akun instagram @kemenaglamongan sebagai media informasi keagamaan?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi strategi komunikasi massa Humas Kementerian Agama Kabupaten Lamongan melalui akun instagram @kemenaglamongan sebagai media informasi keagamaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dalam Penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Massa Humas Kementerian Agama Kabupaten Lamongan Melalui Akun Instagram @kemenaglamongan Sebagai Media Informasi Keagamaan
2. Untuk mengetahui apa Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Yang Mempengaruhi Strategi Komunikasi Massa Humas Kementerian

Agama Kabupaten Lamongan Melalui Akun Instagram
@kemenaglamongan Sebagai Media Informasi Keagamaan

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak

1. Manfaat teoritis

- a) Penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi humas dalam konteks media sosial, khususnya Instagram.
- b) Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.
- c) Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi melalui media sosial pada bidang Humas.

2. Manfaat Praktis

- a) Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang sudah berjalan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi yang relevan dan akurat dari Kementerian Agama Kabupaten Lamongan.

- c) Secara praktis, untuk menyediakan data sebagai rekomendasi bagi pihak terkait dengan permasalahan penelitian yang tengah dikaji, yaitu mengenai strategi komunikasi melalui media sosial pada bidang Humas.

3. Manfaat Sosial

- a) Penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan literasi digital masyarakat dalam mengidentifikasi berita bohong dan informasi yang menyesatkan.
- b) Kementerian Agama dapat lebih cepat melakukan klarifikasi terhadap informasi yang tidak benar yang beredar di media sosial.

E. Penegasan Istilah

Adapun definisi dan batasan istilah yang berkaitan dengan judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi Komunikasi Massa

Strategi komunikasi massa adalah suatu rencana atau pendekatan yang dirancang secara sistematis oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas melalui media massa dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan.

Grunig mendefinisikan strategi komunikasi dalam konteks hubungan masyarakat sebagai rencana yang sistematis untuk

membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya melalui komunikasi yang efektif.¹⁰

b. Kementerian Agama

Kementerian Agama adalah lembaga pemerintah di Indonesia yang bertanggung jawab dalam mengelola urusan keagamaan, termasuk pengembangan nilai-nilai agama, pengaturan kehidupan beragama, serta pelayanan kepada masyarakat dalam bidang agama. Kementerian ini berperan penting dalam menjaga kerukunan antarumat beragama dan mengembangkan pendidikan agama di Indonesia.

Nurcholish Madjid berpendapat bahwa Kementerian Agama harus berfungsi sebagai mediator dalam konflik antaragama dan sebagai penggerak dalam dialog antarumat beragama untuk menciptakan harmoni sosial.¹¹

c. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual, berinteraksi dengan pengguna lain, dan mengikuti akun-akun yang menarik bagi mereka. Dikenal dengan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV

¹⁰ James E. Grunig, "Excellence in Public Relations and Communication Management." (Hillsdale: NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992).

¹¹ Nurcholish Madjid, "Islam, Kemodernan, Dan Keberagaman" (Jakarta: Paramadina, 1997).

Menurut Ormerod Instagram bukan hanya sekadar platform untuk berbagi foto, tetapi juga merupakan alat pemasaran yang kuat bagi merek dan individu untuk membangun identitas dan keterlibatan dengan audiens.¹²

d. Media Informasi Keagamaan

Media informasi keagamaan adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyebarkan informasi, pengetahuan, dan nilai-nilai yang berkaitan dengan agama.

M. Quraish Shihab menyatakan bahwa Media informasi keagamaan memiliki peran penting dalam menyebarkan ajaran agama dan membentuk pemahaman yang benar di kalangan umat, sehingga dapat menghindarkan mereka dari kesalahpahaman.¹³

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan operasional, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kementerian Agama Kabupaten Lamongan melalui akun Instagram @kemenaglamongan sebagai media informasi keagamaan. Peneliti akan mengeksplorasi cara-cara yang digunakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Lamongan dalam memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi keagamaan, serta bagaimana strategi tersebut

¹² Katherine Ormerod, "Why Social Media Is a Game Changer for Brands" (London: Bloomsbury, 2019).

¹³ M.Quraish Shihab, "Membumikan Al-Qur'an: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Manusia" (Jakarta: Lentera Hati, 2001).

berkontribusi dalam membangun interaksi dan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu keagamaan.