

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Permasalahan suatu daerah saat ini sudah berkembang sangat kompleks. Berbagai upaya dan mekanisme sistem layanan publik menggunakan cara konvensional dinilai tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang semakin meningkat. Dalam hal ini pemerintah dituntut agar dapat menciptakan sebuah inovasi mempercepat sistem komunikasi layanan publik dengan cara yang lebih mudah, cepat dan efektif. Inovasi mulai dikembangkan dengan mengubah sistem komunikasi yang semula dilakukan dengan tatap muka secara langsung kini berubah dengan memanfaatkan jenis media baru, salah satunya melalui penggunaan media sosial.

Merujuk pada penelitian sebelumnya, mengenai penerapan difusi inovasi layanan publik dalam bentuk *website* Arifianto (2013, hlm. 26) menjelaskan bahwa untuk mendifusikan sebuah inovasi perlu memperhatikan empat elemen, dimana rangkaian elemen tersebut merupakan proses dari difusi inovasi. Proses difusi inovasi diantaranya meliputi inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial yang dapat mempengaruhi penerimaan atau penolakan individu terhadap inovasi yang ada. Proses tersebut berkaitan dengan nilai dan kebiasaan cara orang melakukan sesuatu saat ini.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dapat cenderung menerima suatu jenis inovasi yang hadir tergantung dari bagaimana proses difusi inovasi tersebut dilakukan. Penerimaan tersebut dapat menghasilkan sebuah persepsi yang baik, dimana masyarakat dapat menerima perubahan sistem layanan publik yang semula dilakukan secara langsung beralih pada penggunaan jaringan internet melalui *website* atau jenis media baru lainnya. Hal tersebut juga ditentukan dari bagaimana keseriusan pemerintah dalam menerapkan sistem layanan publik berbasis internet atau dikenal dengan istilah *e-government*.

Kemudian temuan pada penelitian selanjutnya, Rahmat (2018, hlm. 4) menjelaskan bahwa melihat pada perkembangan kebijakan pemerintah saat ini, pemerintah bukan hanya dituntut untuk dapat membangun pemerintahan yang bersih, berwibawa dan sehat. Namun juga pemerintah harus dapat menjadi sarana bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi yang berkualitas dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat luas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat dapat menciptakan suatu persepsi positif terhadap jenis layanan publik yang dilakukan pemerintah melalui penggunaan akun Instagram. Namun hal tersebut tergantung dari bagaimana tingkat keseriusan pemerintah dalam mencapai hal tersebut. Dimana dalam hal ini, pemerintah dituntut untuk dapat memberikan informasi yang menarik juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat melalui penggunaan akun Instagram.

Latar belakang dalam penelitian ini didasarkan pada dua pendekatan, diantaranya pendekatan secara teoritis, mengenai kajian teori difusi inovasi yang bersumber dari penelitian terdahulu dan pendekatan secara isu, berkaitan dengan masalah sistem layanan publik yang terjadi saat ini. Dimana inovasi dalam penelitian ini merupakan gagasan atau ide baru dalam sistem layanan publik, menyampaikan aduan masyarakat terkait dengan masalah sosial yang terjadi di Jawa Barat dengan menggunakan media sosial Instagram yaitu melalui akun @jabarquickresponse.

*Pertama*, berdasarkan pendekatan secara teoritis Arifianto (2013, hlm. 26) menyebutkan dalam bidang ilmu komunikasi difusi inovasi dipetakan dalam tradisi sibernetika. Dalam tradisi tersebut komunikasi dikaitkan dengan proses penyebaran informasi dan pada persoalan yang dihadapi dihubungkan dengan hambatan (*noise*) dan *malfuction*. Dengan menggunakan teori ini, peneliti dapat merumuskan bagaimana proses inovasi dapat disebarkan melalui unit-unit adopsi (penerima inovasi). Diantaranya inovasi dapat dilakukan dalam bentuk berita, peristiwa, gagasan dan sebagainya.

Pada era *millennial* saat ini, penggunaan internet diantaranya seperti penggunaan media sosial menjadi salah satu kebutuhan utama untuk memenuhi kebutuhan informasi seorang individu. Arifianto (2013, hlm. 26) menyatakan internet sebagai media baru dapat memberi peluang yang besar bagi terciptanya

inovasi dalam sektor layanan publik. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat menerima inovasi layanan publik menggunakan teknologi berbasis internet melalui penggunaan *website* dan media sosial, karena hal tersebut dapat memberi manfaat bagi masyarakat luas dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini yang memungkinkan sistem komunikasi menjadi lebih cepat, mudah dan efektif.

Penggunaan teori difusi inovasi dalam penelitian komunikasi merumuskan bagaimana proses penyebaran informasi dapat diadopsi (diterima) atau ditolak oleh masyarakat umum. Informasi yang disampaikan merupakan informasi berupa gagasan atau sebuah ide baru yang identik dengan pembangunan sosial. Pembangunan sosial dalam penelitian komunikasi berkaitan dengan istilah komunikasi pembangunan. Dimana makna pembangunan dalam hal ini merujuk pada perubahan sosial untuk dapat mengatasi masalah sosial dan menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat secara luas.

*Kedua*, berdasarkan pendekatan secara isu sebuah inovasi diterapkan dengan menggunakan media atau cara yang baru dengan harapan bahwa cara tersebut lebih baik dibandingkan dengan ide atau gagasan sebelumnya. Dalam penelitian ini inovasi dinilai pada sistem layanan publik yang semula dilakukan secara langsung dengan mendatangi kantor pemerintahan setempat, saat ini masyarakat dapat dengan mudah menyampaikan aduan mengenai masalah sosial melalui akun @jabarquickresponse di Instagram.

Dalam penelitian sebelumnya, Didimus (2016, hlm. 5) menyatakan bahwa dalam beberapa waktu terakhir isu tentang kepercayaan masyarakat terhadap layanan publik kembali merebak dan terus berkembang menjadi sorotan bagi para politisi, akademisi dan pihak lainnya. Sorotan tersebut bermula dari kinerja para petinggi negara saja, kemudian semakin tajam hingga membentuk satu masalah yang kompleks. Dimana dalam hal ini kepercayaan masyarakat akan layanan publik menjadi semakin berkurang dan tidak bisa dipungkiri menyebabkan keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan publik juga semakin berkurang.

Masalah yang terjadi dalam sistem layanan publik diantaranya disebabkan oleh persepsi masyarakat terhadap sistem layanan publik yang ada. Bahwa permasalahan dalam bidang layanan publik muncul dari penilaian masyarakat yang cenderung mempersepsikan bahwa kurangnya respon pemerintah dalam menjalankan sistem layanan publik, kemudian penyampaian informasi kepada masyarakat yang dinilai masih kurang, rendahnya kualitas birokrasi yang ada, kurangnya sumber daya manusia dalam menangani masalah yang ada serta masyarakat yang cenderung bersifat pasif dalam melakukan layanan publik.

Maka dari itu penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana proses difusi inovasi sistem layanan publik dengan menggunakan salah satu jenis media sosial yaitu melalui akun @jabarquickresponse di Instagram. Difusi inovasi akun @jabarquickresponse di Instagram kemudian dihubungkan dengan meneliti bagaimana pengaruhnya terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*. Dengan pengubahan sistem layanan publik menggunakan media sosial Instagram diharapkan dapat mengubah persepsi dan isu yang berkembang di masyarakat bahwa sistem layanan publik saat ini mengalami kemajuan dengan menggunakan media sosial yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja dalam hal layanan publik menjadi lebih baik.

Penggunaan teknologi, khususnya pemanfaatan media sosial mulai dikembangkan dengan digabungkan pada setiap bidang kehidupan untuk mengatasi berbagai permasalahan salah satunya adalah masalah sosial suatu daerah. Saat ini teknologi digunakan oleh sebagian besar orang didunia untuk mencari informasi, menjadi alat komunikasi dan sebagai sarana hiburan melalui penggunaan media sosial. Lenhart (2009) (dalam Hiram Ting, 2015, hlm. 17) menganggap media sosial sebagai sebuah bentuk dari kebiasaan hidup sehari-hari karena penggunaan media sosial digunakan setiap waktu tanpa memerlukan waktu khusus dan cara penggunaannya terbilang mudah.

Hadirnya akun Instagram sebagai media yang menonjolkan tampilan visual, dapat memberi kesempatan yang besar bagi suatu daerah untuk mengenalkan program yang sedang dikembangkan (Zahrina, 2017, hlm. 2). Hadirnya media baru tersebut mau tidak mau harus membuka mata semua

pihak, jika tampilan visual suatu daerah dalam akun Instagram menjadi sangat penting, karena dapat menghasilkan berbagai persepsi bagi siapapun yang melihatnya. Persepsi yang dimiliki individu dapat dipengaruhi oleh bagaimana proses pembentukan persepsi. Sehingga persepsi setiap individu memiliki perbedaan, tergantung dari bagaimana proses yang terjadi dalam pembentukan persepsi tersebut.

Setiap individu dapat memberi persepsi positif atau negatif pada suatu peristiwa yang terjadi yaitu disesuaikan dengan nilai, budaya dan kebiasaan individu tersebut. Pada era *millennial* seperti saat ini, sejatinya penggunaan internet seperti dalam hal penggunaan media sosial bukan menjadi satu hal yang asing. Dimana pemilihan saluran komunikasi melalui internet pada kenyataannya lebih diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Melalui internet seorang individu dapat memenuhi kebutuhan informasi, hiburan dan sebagai sarana komunikasi dengan cara yang lebih mudah, cepat dan efektif. Maka wajar apabila penggunaan internet memiliki daya tarik yang kuat khususnya bagi masyarakat Indonesia.

Hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019 menunjukkan dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 264 juta jiwa sebanyak 171,17 juta jiwa penduduk Indonesia sudah terhubung dengan internet. Hal tersebut menunjukkan internet memiliki daya tarik yang tinggi dengan persentase pengguna internet sebesar 64,8% angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 10,12% dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil riset tersebut, penetrasi penggunaan internet terbesar berasal dari pulau Jawa, dimana pengguna internet terbesar berasal dari Provinsi Jawa Barat yaitu sebesar 16% dibandingkan dengan jumlah penetrasi pengguna internet pada provinsi lainnya. Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Jawa Barat sudah terhubung dengan internet dan memiliki daya tarik yang tinggi terhadap penggunaan internet.

Penggunaan internet salah satunya pada penggunaan media sosial dalam mekanisme kinerja pemerintahan merupakan salah satu inovasi baru. Layanan publik yang semula menggunakan cara tradisional, kini beralih hanya dengan menggunakan *smartphone* seseorang dapat menyampaikan pengaduan

pemerintah setempat, menyampaikan pendapat dan saling melakukan komunikasi. Kecepatan dari segi waktu pengiriman pesan kemudian kecepatan proses penanganan oleh pemerintah diharapkan dapat berjalan lebih cepat, mudah dan efisien dengan menggunakan media sosial.

Sebuah inovasi dapat diadopsi (diterima) atau ditolak, karena pada dasarnya inovasi yang dilakukan harus berdasarkan pada nilai dan kebiasaan masyarakat. Dalam teori difusi inovasi, difusi merupakan proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui bentuk saluran komunikasi tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Teori difusi inovasi dalam penelitian ini didasarkan pada bagaimana masyarakat dapat menerima atau menolak sebuah inovasi yang ada, dengan merumuskan hasil penelitian dalam bentuk persepsi.

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti mengenai persepsi yaitu sebagaimana dijelaskan oleh Deddy Mulyana (2001, hlm.167) bahwa persepsi merupakan inti komunikasi. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran merupakan inti persepsi dan identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Analisis persepsi dinilai menarik, sebab persepsi merupakan kajian utama dalam bidang ilmu komunikasi. Hal tersebut dijelaskan Alo Liliweri (2011: 151) bahwa dalam kehidupan komunikasi sehari-hari kita sering menghasilkan persepsi pada sesuatu yang dikehendaki. Sebagian besar individu berpendapat bahwa di dunia ini tidak ada satupun kenyataan pasti karena semua adalah ilusi yang dibentuk berdasarkan persepsi.

Persepsi dalam penelitian ini dihubungkan pada *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*, dimana istilah *brand* menurut Yang *et al.*, (2012) (dalam Briciu, 2016, hlm. 138) merujuk pada makna yang menunjukkan kualitas dan secara mendalam berbicara tentang citra atau merek. Secara garis besar *brand* dapat dibentuk berdasarkan persepsi seorang individu. Sehingga citra atau merek yang melabeli suatu hal dapat melekat dalam pikiran individu tersebut.

Sebuah *brand* dapat memberikan makna positif atau negatif bagi masyarakat (Irisi Kasapi, 2017, hlm. 132). Dimana hal tersebut ditentukan oleh bagaimana penerimaan masyarakat terhadap *brand* yang ditawarkan. Apabila

masyarakat cenderung menerima dan meyakini bahwa sebuah *brand* dapat memberi manfaat maka munculah *brand* yang menghadirkan citra positif. Sebaliknya, apabila sebagian masyarakat memberi persepsi yang menggambarkan ketidaksenangan pada sebuah *brand* maka timbul persepsi negatif pada *brand* tersebut.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terus melakukan upaya dalam pembangunan menuju *brand* sebagai *smart province* atau provinsi cerdas. Istilah tersebut termasuk baru karena mulai dipublikasikan oleh pemerintah setempat pada akhir tahun 2017 lalu. *Smart province* hadir sebagai konsep pembaruan mekanisme layanan publik yang dicetuskan oleh Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil sebagai gagasan untuk dapat memberi layanan publik yang cepat, sistematis dan efisien.

Penjelasan mengenai definisi *smart province* memiliki konsep dan definisi serupa dengan istilah *smart city*. Aspek yang membedakan antara keduanya yaitu pada cakupan wilayah. Dimana *smart city* diterapkan dalam lingkup wilayah sebuah kota sedangkan *smart province* bergerak dalam wilayah yang lebih luas yaitu diterapkan pada wilayah provinsi. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan dua staff Bidang Informasi Komunikasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat.

Kata smart menunjukkan arti pintar namun makna dalam istilah *smart province* adalah sebuah pembaruan kinerja yang dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi untuk memberikan layanan yang lebih cepat dan mudah bagi masyarakat. Karena pada umumnya di era digital seperti saat ini, penggunaan teknologi diantaranya seperti media sosial digunakan pada hampir seluruh bidang kehidupan, termasuk dalam pembangunan menuju perubahan sosial yang lebih baik.

Program Jabar *Quick Response* merupakan salah satu inovasi pemerintah Jawa Barat dalam memberikan layanan publik berupa fasilitas mengajukan aduan terkait masalah sosial dengan menggunakan situs pengaduan *online* dan media sosial sebagai saluran komunikasinya. Fokus dalam penelitian ini adalah pada media sosial Instagram akun @jabarquickresponse. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* (pengikut) akun

@jabarquickresponse berjumlah 140.000 terhitung pada bulan Juni tahun 2019. Populasi tersebut dibatasi dengan jumlah sampel sebanyak 270 responden yang merupakan *followers* aktif akun @jabarquickresponse di Instagram.

Pemilihan difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* didasarkan pada data Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yang menyatakan bahwa program Jabar *Quick Response* merupakan salah satu langkah Jawa Barat dalam mencapai indikator provinsi pintar (*smart province*). Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi Jawa Barat berupaya dalam memberikan layanan publik kepada masyarakat secara mudah, cepat dan efisien. Hal tersebut bertujuan agar berbagai masalah sosial di Jawa Barat diantaranya kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan dapat segera diatasi pemerintah daerah melalui program Jabar *Quick Response*.

Peneliti memilih akun @jabarquickresponse karena akun tersebut merupakan akun Instagram yang berisi foto atau video berupa program Jawa Barat dalam membentuk langkah menuju *smart province* dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial dan salah satunya melalui akun Instagram. Dikutip dalam *website* jabarprov.go.id Jabar *Quick Response* merupakan program yang dikelola oleh gabungan koordinasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat bekerja sama dengan para relawan aktivis sosial kemanusiaan untuk melaporkan masalah sosial individu atau orang di lingkungan sekitar dalam keadaan *emergency* melalui Jabar *Quick Response* dengan menggunakan media sosial.<sup>1</sup>

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*?
- b. Apakah terdapat pengaruh saluran komunikasi terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*?

---

<sup>1</sup> www.jabarprov.go.id. "Jabar *Quick Response* Solusi Darurat Masalah Kemanusiaan di Jawa Barat". 9 September 2018.



- c. Apakah terdapat pengaruh jangka waktu terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*?
- d. Apakah terdapat pengaruh sistem sosial terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*?
- e. Apakah terdapat pengaruh difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di Instagram terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*?

### 1.3 Variabel Penelitian

- **Variabel X**

Difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di Instagram

- **Variabel Y**

Persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di Instagram terhadap *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

- Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman berkaitan dengan perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian riset serta analisis penelitian difusi inovasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu penelitian-penelitian lain dengan topik yang relevan.
- Manfaat bagi pemerintah adalah penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan penilaian. Dengan penelitian ini pemerintah dapat mengavaluasi bagaimana persepsi masyarakat Jawa Barat terhadap *brand* Jawa Barat sebagai *smart province* melalui difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di Instagram. Sehingga pemerintah dapat meningkatkan konsep *smart province* menjadi lebih baik.

## 1.6 Struktur Organisasi Skripsi

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian berdasarkan pada pendekatan secara teoritis dan pendekatan secara isu, rujukan penelitian terdahulu, rasionalisasi peneliti. Dimana hal yang diangkat dari judul penelitian Pengaruh difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* Terhadap Brand Jawa Barat Sebagai *Smart province* ini adalah rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang bersumber dari referensi ataupun kepustakaan yang membahas tentang kajian teori difusi inovasi dalam akun @jabarquickresponse, akun @jabarquickresponse dalam konsep *new media*, persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*, komunikasi pembangunan, rujukan penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini penulis menguraikan metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan rumusan masalah yang telah peneliti rencanakan. Pada bab ini juga dijelaskan secara keseluruhan tahapan penelitian dari penentuan populasi dan jumlah sampel, instrument penelitian, skala pengukuran, definisi operasional, pengujian instrument penelitian, prosedur penelitian dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada dasarnya dalam bab ini dituangkan semua kemampuan peneliti dalam memaparkan hasil penelitian dan pembahasan. Penulis menganalisis serta menginterpretasi data-data serta fakta yang telah ditemukan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Tentu saja pembahasan disini disesuaikan dengan rumusan masalah yang telah ditentukan di awal hingga peneliti dapat menemukan hasil penelitian.

Bab V Simpulan dan Saran, adapun yang akan dijelaskan dalam bab ini merupakan interpretasi yang dituangkan penulis setelah menganalisis hasil penelitian diatas. Yaitu dalam bentuk kesimpulan yang disajikan dalam beberapa *point* berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, implikasi secara teoritis dan praktis serta rekomendasi bagi akademisi dan pemerintah.