

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebuah komunikasi akan dikatakan efektif apabila informasi yang disampaikan sudah dapat dipahami oleh komunikan atau si penerima informasi. Yang berarti bahwa tujuan dari komunikasi telah tercapai yaitu penyampaian informasi kepada komunikan. Pada masa sekarang ini, sangat mudah untuk berkomunikasi walaupun sedang dalam jarak yang berjauhan. Komunikasi juga sudah bisa dilakukan kapanpun kita ingin menyampaikan informasi atau kapanpun kita membutuhkan informasi.

Tidak hanya masing-masing individu yang membutuhkan komunikasi untuk melaksanakan aktivitas sehari-hari, namun sebuah lembaga atau perusahaan juga memerlukan komunikasi sebagai sarana mencapai tujuan organisasi. Contohnya sebuah lembaga pemerintahan akan melakukan komunikasi terhadap masyarakat untuk bisa mengukur sejauh mana lembaga tersebut sudah menjalankan tugasnya dengan baik atau tidak.

Setiap lembaga pemerintahan pasti memiliki tujuan untuk menyejahterakan rakyatnya. Dan untuk berkomunikasi dengan masyarakat, sebuah lembaga pemerintahan perlu memiliki media untuk menyampaikan informasi ataupun menampung masukan dan saran dari masyarakat. Media ini harus diketahui oleh masyarakat luas agar sebuah lembaga pemerintahan

bisa menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik serta bisa mencapai tujuannya.

Salah satu media yang bisa digunakan oleh lembaga pemerintahan adalah media sosial. Karena pada saat ini, media sosial merupakan media yang sangat efektif yang bisa digunakan. Selain cepat dan murah, media sosial juga merupakan sebuah media yang bisa mengirimkan informasi ke berbagai belahan dunia dengan cepat juga tentunya. Media sosial juga memungkinkan untuk sebuah lembaga menjadi lebih interaktif kepada masyarakat.

Dalam sebuah penggunaan media sosial, perlu adanya konten yang menarik dan interaktif untuk bisa mencapai tujuan dari lembaga. Perlu adanya konsep yang matang mengenai isi konten sehingga masyarakat tidak jenuh dan akan terus mengikuti perkembangan dari lembaga tersebut. Isi konten dalam media sosial sebuah lembaga harus informatif, interaktif, dan juga bisa sesuai dengan sistem yang berlaku pada masing-masing media sosial.

Misalnya untuk media sosial instagram, sebuah lembaga harus bisa membuat gambar yang menarik, tidak monoton dan juga memiliki caption yang menarik. Hal ini dikarenakan instagram adalah media sosial yang menggunakan gambar atau foto sebagai objeknya. Jika ingin mengunggah foto, maka foto yang digunakan haruslah foto yang memiliki kualitas bagus dari segi *angle* juga teknik pengambilan foto. Jika gambar merupakan hasil

*edit* dari sebuah informasi atau biasa disebut dengan infografis yang berisikan tulisan akan lebih baik jika tulisan tersebut diilustrasikan dan di *design* dengan baik agar lebih mudah dibaca dan diterima oleh masyarakat.

Untuk media sosial twitter, sebuah lembaga harus bisa membuat konten dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan interaktif karena dalam twitter, masyarakat lebih aktif berdiskusi dan juga mengeluarkan pendapat menggunakan kalimat. Hal itu dikarenakan adanya fitur *retweet* yang sangat memungkinkan untuk masyarakat bisa merinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan pengguna twitter yang lain. mereka bisa berdiskusi dan lembaga juga bisa memantau diskusi yang mereka lakukan. Twitter sangat interaktif.

Media sosial yang lain yaitu Youtube. Media ini hampir semua pengguna *gadget* menggunakannya. Hal itu dikarenakan dalam *gadget*, aplikasi youtube merupakan aplikasi bawaan yang pastinya ada pada setiap *gadget*. Media sosial Youtube merupakan media dengan objek video. Untuk menggunakan Youtube, sebuah lembaga harus membuat video yang menarik dan tidak monoton. Konsep yang dibuat juga harus matang sehingga masyarakat tidak bosan dalam menonton video yang ditayangkan.

Dalam setiap media sosial, pasti ada tolok ukur kepopuleran sebuah akun. Dalam instagram dan twitter, tolok ukur kepopulerannya adalah jumlah *followers* dan juga centang biru yang tersemat pada akun jika akun sudah terferivikasi sebagai akun yang populer. Untuk media sosial youtube

tolok ukurnya adalah jumlah *subscriber*, semakin banyak jumlah subscriber maka semakin populer akun tersebut.

Media sosial yang populer akan membuat instansi yang berkaitan juga memiliki nama yang besar dalam masyarakat. Karena pada saat ini, sudah hampir seluruh lapisan masyarakat menggunakan media sosial dalam menerima atau bertukar informasi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis pada Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia mulai tanggal 1 Februari 2021 hingga 31 Maret 2021 penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penggunaan media sosial pada MPR RI. Penulis tertarik mengangkat judul “Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia” karena penulis melihat media sosial MPR RI dan terdapat masalah yaitu kurangnya informasi yang diberikan oleh MPR RI dan juga kurangnya partisipasi publik dalam penggunaan media sosial MPR RI.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas, yaitu “Apakah penggunaan media sosial pada MPR RI sudah efektif?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1. Tujuan Penulisan**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial pada Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia.

### **2. Manfaat Penulisan**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, ada manfaat teoritis yaitu memberikan landasan bagi para peneliti yang lain untuk menjadikan karya ilmiah ini sebagai referensi penulisan selanjutnya.

#### **b. Manfaat Praktisi**

1. Dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi lembaga dalam memperbaiki serta meningkatkan penggunaan media sosial untuk mencapai tujuan dari lembaga
2. Dapat menambah wawasan mengenai penggunaan media sosial yang efektif untuk sebuah lembaga dalam menyebarluaskan informasi