

# **BAB I**

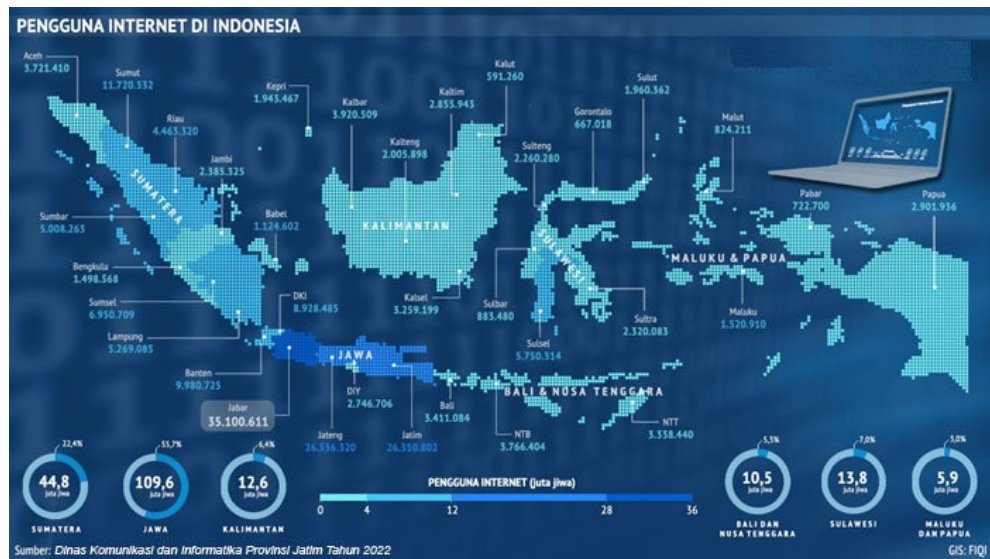
## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Media sosial merupakan alat komunikasi dan sarana yang memberi kemudahan di dalam melakukan berbagai kegiatan. Penggunaan media sosial sebagai gaya hidup baru di zaman modern, terlihat dari perilaku masyarakat dan generasi muda saat ini menggunakan internet dan media sosial untuk mengakses berbagai jenis informasi sekaligus membantu proses dalam pekerjaan.

Kalangan masyarakat saat ini memandang sisi positif dari media sosial yakni sebagai alat yang memiliki banyak kegunaan (Curran dan Gurevitch dalam Soetjipto, 2013:1). Masyarakat telah mengalami pergeseran baik dari sikap dan pola pikir sebagai tuntutan zaman modern saat ini. Modernisasi ini berupa perubahan pola pikir lama menjadi modern yang ditandai dengan penggunaan teknologi internet.

Dalam laporan terbaru Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur ([www.kominfojatim.go.id](http://www.kominfojatim.go.id)) yang dirilis pada Bulan Januari 2022 menunjukkan pengguna internet di Provinsi Jawa Timur mencapai 26.350.802 jiwa.



Gambar 1 : Data Pengguna Internet di Provinsi Jawa Timur Tahun 2022

Sumber : [www.kominfojatim.go.id](http://www.kominfojatim.go.id)

Croteau dan Hoynes dalam Soetjipto (2013:3) menyatakan “Media sosial adalah media *online* yang menggunakan saluran internet, media yang menghubungkan antara para penggunanya dengan akses yang mudah dan cepat untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi dan forum dalam dunia virtual”.

Penggunaan media sosial di beberapa perusahaan maupun lembaga pelayanan publik seperti pemerintahan daerah relatif tinggi. Media sosial dapat dipakai sebagai alat sosialisasi guna penyebaran informasi dan kebijakan pemerintah kepada masyarakat, sebagai wadah aspirasi dan membangun kepercayaan masyarakat untuk menjaga reputasi pemerintah.

Pada akhirnya media sosial sebagai cara baru dalam berkomunikasi, dan bersinergi antara pemerintah daerah dengan masyarakat terkait kebijakan yang dimiliki. Media sosial adalah cara yang cepat dan nyaman untuk terlibat dalam berbagi informasi online dan membangun komunikasi dan interaksi yang baik.

Manajemen media sosial yang baik tidak hanya berdampak positif pada citra merk pemerintah, tetapi juga mempunyai efek persuasif dalam hal kepercayaan konsumen (Safko dalam Soetjipto, 2013:28). Karena berbagai masalah resiko seperti keakuratan informasi, kualitas informasi, kreativitas konten, interaktif dan sebagainya, maka faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting sehingga pemerintah harus mampu menciptakan kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Kepercayaan pengguna merupakan bentuk yang mendukung upaya untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan juga merupakan bentuk yang mendukung pengambilan keputusan. Analisis kepercayaan pengguna adalah gambaran dari berbagai macam aktivitas yang dilakukan sehingga keputusan yang diambil adalah keputusan yang terbaik.

Kepuasan pengguna merupakan bentuk resistensi dari sikap puas yang ditunjukkan pada suatu produk (Kotler dalam Sugara dan Dewantara, 2017:9). Kepuasan adalah kemampuan yang membedakan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Ketika kinerja dirasakan jauh dari harapan, pengguna merasa kecewa, dan juga sebaliknya (Kotler dalam Sugara dan Dewantara, 2017:9). Kinerja dari pemerintahan berpengaruh pada kepuasan pengguna dikarenakan pelayanan pemerintah tidak terpisah dari pemerintahan itu sendiri.

Salah satu lembaga pemerintahan yang memanfaatkan media sosial yaitu Pemerintah Kota Probolinggo. Keberadaan media sosial *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo sebagai upaya diseminasi informasi

kebijakan pemerintah daerah. Akun *Facebook* ini berisi konten berita atau informasi terkait pelayanan publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Probolinggo. Konten yang disampaikan diarahkan untuk mendorong partisipasi masyarakat dengan memberikan komentar, tanggapan, dan masukan bagi Pemerintah Kota Probolinggo.

Bentuk pelayanan publik yang diberikan tentunya bermacam-macam yang diharapkan dapat memberikan kepuasan pada masyarakat. Pelayanan publik ini terdiri dari pelayanan administratif seperti layanan Portal Emas (Probolinggo Smart Digital Melayani Masyarakat), ADM (Anjungan Dukcapil Mandiri), Si Ijol (Sistem Informasi Ijazah Online) dan lain sebagainya.

Kemudian pelayanan publik lainnya yaitu pelayanan barang dan jasa seperti aplikasi *screening* jantung di RSUD dr. Moh. Saleh, layanan *contact center* pengaduan bantuan sosial APBN (BPNT-PKH), layanan *call center* 112, dan lain sebagainya. Serta pelayanan regulatif seperti JDIH Kota Probolinggo sebagai sarana pelayanan informasi hukum yang cepat, mudah dan akurat.

Dari deskripsi tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut diatas, didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh secara simultan media sosial dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo ?
2. Adakah pengaruh secara parsial media sosial terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo ?
3. Adakah pengaruh secara parsial kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo ?

## 1.3. Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan masalah agar mengarah pada tujuan yang akan dicapai, sebagai berikut:

1. Konten-konten berita atau informasi terkait pelayanan publik pada Pemerintah Kota Probolinggo, yaitu :
  - a. Pelayanan administratif
  - b. Pelayanan barang dan jasa
  - c. Pelayanan regulatif
2. Responden yang diteliti adalah *follower* pada *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo yang baru bergabung dalam kurun waktu 3 bulan;

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan media sosial dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo ;
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial media sosial dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo.

### 1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Praktisi

Sebagai saran bagi Pemerintah Kota Probolinggo dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya diseminasi informasi kebijakan pemerintah daerah.

#### 2. Akademisi

Sebagai sumber referensi bagi ilmu pengetahuan dan masukan bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## **1.5. Asumsi Penelitian**

Asumsi adalah pernyataan yang diyakini kebenarannya sehingga perlu dirumuskan dengan jelas (Arikunto, 2013:107). Asumsi pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Media sosial *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo telah memberikan informasi kepada masyarakat secara konsisten;
2. Kepercayaan masyarakat sebagai pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo memberikan penilaian berbeda antara satu dengan yang lainnya ;
3. Kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo masing-masing berbeda.