



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ilmu komunikasi banyak mengalami kemajuan dari tahun ke tahun dan terus mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat berdampak langsung pada perkembangan media komunikasi (Suryanto, 2018:7). Akses terhadap media komunikasi telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam gengaman” (Nasrullah, 2015:1). Salah satu teknologi komunikasi yang begitu marak saat ini, yaitu media internet (Suryanto, 2018:7).

Menurut Tulung (2013:68), internet adalah sarana diseminasi informasi yang bersifat digital, multimedia (konvergensi) dengan karakteristik yang bersifat jaringan (terhubung ke seluruh penjuru dunia) dengan menggunakan perangkat komputer, *gadget* dan perangkat penyiaran. Munculnya internet membuat penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan efisien dengan adanya media sosial. Menurut Suryanto (2018:206), media sosial adalah sebuah media *online* yang para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *forum*, *video sharing*, dan dunia virtual.

Saat ini telah banyak perkembangan dan ragam media sosial yang populer di tengah masyarakat. Beberapa situs media sosial yang menjadi *trend* di antaranya *facebook*, *instagram*, *youtube*, *blog*, *path* dan *twitter*. *Instagram* adalah salah satu media sosial milik *facebook, inc.* yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk video maupun gambar (Kemkominfo, 2018:46). Fitur-fitur serta tampilan dari sosial media ini cukup mudah untuk digunakan. Oleh karena itu, banyak digunakan oleh khalayak luas. Data resmi dari statistik *instagram*, pada Juni 2018 pengguna *instagram* telah mencapai satu miliar pengguna aktif bulanan.

Facebook, *twitter*, *instagram* bisa diakses di mana saja dan kapan saja, hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*, ditambah kian murah biaya koneksi. Kecepatan informasi di media sosial kini tampak sudah menggantikan peranan media konvensional, selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, “keramaian” di media sosial merupakan peluang pasar bagi kalangan pebisnis, perusahaan dan instansi pemerintahan untuk mengembangkan pemasaran produk, jasa, *branding*, peningkatan pelayanan, informasi, dan sebagainya (Romli, 2018:108). Menurut Kemkominfo (2018:13) media sosial untuk pemerintahan merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi.

Badan Penelitian, Pengembangan dan Inovasi (BLI) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) merupakan salah satu instansi pemerintahan yang menggunakan media sosial *instagram* dalam penyebaran informasi, BLI merupakan institusi penelitian pemerintah yang diberi mandat untuk melakukan penelitian, pengembangan, dan inovasi di bidang lingkungan hidup dan kehutanan. Layaknya lembaga penelitian pemerintah lainnya, Badan Litbang dan Inovasi KLHK juga memiliki kewajiban untuk menyebarluaskan



Sekolah Vokasi
Jalan of Matwinaf Studies

informasi dan berita terbaru seputar institusi dan hasil penelitiannya. Segala jenis informasi terkait Badan Litbang dan Inovasi KLHK dipublikasikan melalui situs *website* dan media sosial, salah satunya *instagram*.

Tujuan penyebaran informasi melalui *instagram* yaitu untuk menyebarkan informasi kepada publik baik internal maupun eksternal BLI dan juga merupakan salah satu arahan dari Kepala Badan Litbang dan Inovasi yang bertujuan untuk, menasar kaum *milenial* yang saat ini lebih dominan mengakses media sosial, mempromosikan *website* BLI dengan menambahkan *link website* di dalam konten atau biodata media sosial, yang bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih lengkap. Meningkatnya kunjungan di media sosial, tentunya selaras dengan peningkatan kunjungan di *website*, karena informasi yang lebih banyak terdapat di *website* BLI.

Media sosial juga dapat menambah peningkatan *engagement*. Interaksi secara langsung pada media sosial sangatlah tinggi, publik dapat memberikan masukan secara langsung melalui pesan secara pribadi maupun menaruh komentar pada konten unggahan. Sehingga *engagement* antara instansi dan publik lebih tinggi. Untuk mendukung itu, Sekretariat Badan melalui Bagian Evaluasi, Diseminasi, dan Perpustakaan yang salah satu tugasnya mengelola data informasi, telah mengelola *website* dan media sosial BLI KLHK. Pengelolaan dilakukan oleh Subbagian Data dan Informasi dengan menyediakan dan menyebarkan informasi iptek dan inovasi yang dihasilkan kepada publik baik internal maupun eksternal.

Pengelolaan *instagram* BLI mencakup proses perencanaan, pencarian konten, pengunggahan konten, dan tahap evaluasi. Namun, di setiap proses yang dilewati sudah pasti tak lepas dari adanya berbagai macam kendala. Hal inilah yang kemudian menarik perhatian penulis untuk membuat Laporan Akhir dengan mengangkat judul “Proses Pengelolaan Media Sosial *Instagram* Badan Litbang dan Inovasi KLHK Tahun 2019” untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan dalam proses pengelolaan tersebut, beserta hambatan internal dan eksternal yang dihadapi sebelum berita diunggah pada *instagram* Badan Litbang dan Inovasi KLHK.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diangkat pada Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana proses pengelolaan media sosial *instagram* Badan Litbang dan Inovasi KLHK tahun 2019?
- 2) Bagaimana hambatan dan solusi dalam proses pengelolaan media sosial *instagram* Badan Litbang dan Inovasi KLHK tahun 2019?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menjelaskan bagaimana proses pengelolaan media sosial “Instagram” Badan Litbang dan Inovasi KLHK tahun 2019
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses pengelolaan media sosial “Instagram” Badan Litbang dan Inovasi KLHK tahun 2019

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk pembuatan laporan akhir ini dilakukan pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung di Subbagian Data dan Informasi BLI KLHK Bogor. Lokasinya berada di Jalan Gunung Batu No 5, Pasir Jaya, Bogor Barat.

Waktu pengumpulan data berlangsung selama 40 hari kerja, mulai tanggal 17 Juni 2019 sampai dengan tanggal 9 Agustus 2019. Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan setiap hari dari hari Senin sampai Kamis pukul 07.00-16.00 WIB dan Jum’at pukul 08.00-16.30 WIB.

Data dan Instrumen

Jenis data yang digunakan dalam pembuatan laporan akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya seperti melakukan diskusi langsung dengan pembimbing lapangan serta melakukan wawancara kepada para karyawan di Subbagian Data dan Informasi BLI KLHK Bogor.

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dengan memanfaatkan data-data yang sudah ada. Hasil data sekunder berupa data atau dokumen dari Subbagian Data dan Informasi BLI KLHK Bogor serta memanfaatkan beberapa buku sebagai bahan referensi untuk tulisan ini.

Instrumen merupakan peralatan yang menunjang untuk melakukan pengumpulan data. Instrumen yang digunakan adalah alat perekam, catatan kecil, kamera serta daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara.

Teknik Pengumpulan Data

Penulisan laporan akhir ini tidak terlepas dari teknik pengumpulan data yang dilakukan. Teknik pengumpulan data tersebut meliputi:

- 1) Partisipasi Aktif
Partisipasi aktif merupakan kegiatan berpartisipasi langsung sebagai admin media sosial *instagram* milik BLI KLHK. Partisipasi aktif dimulai dari peliputan berita, pembuatan *caption*, pembuatan infografis, pembuatan karya tulis ilmiah, proses *editing* berita dan publikasi berita di *instagram* dan bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.
- 2) Pengamatan Lapangan (observasi)
Mengamati langsung semua kegiatan pengelolaan media sosial *instagram* mulai dari tahap perencanaan dan pencarian konten, tahap pengunggahan