



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan, manusia sebagai makhluk sosial adalah makhluk yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia memerlukan bantuan dari manusia lain agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Salah satu cara untuk mendapatkannya yaitu melalui komunikasi. Menurut Nugraha (2013) yang diacu dalam Saadah *et al.* (2022:1), komunikasi adalah proses pertukaran informasi atau penyampaian makna akan sesuatu, menggunakan simbol, tanda, atau perilaku yang umumnya terjadi dua arah, di antara dua individu atau lebih.

Dewasa ini, komunikasi menjadi lebih mudah karena adanya perkembangan teknologi. Faktor jarak dan waktu bukan lagi hambatan dalam berkomunikasi. Seseorang dapat terhubung dengan siapa saja, dimana saja, dan kapan saja karena adanya perkembangan teknologi. Selain itu, seseorang dapat berkomunikasi dengan khalayak luas melalui komunikasi massa.

Menurut Meletzke yang diacu dalam Romli (2016:2), Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai segala bentuk komunikasi di mana informasi disebarkan kepada khalayak secara satu arah dan terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung. Salah satu ciri komunikasi massa yaitu komunikasi yang memiliki media massa. Media akan berperan sebagai tempat penyebaran informasi. Dalam menyebarkan informasi diperlukan media yang efektif agar dapat menjangkau khalayak luas. Salah satu media yang sering digunakan saat ini adalah media sosial.

Menurut Carr dan Hayes (2015:50), media sosial merupakan saluran berbasis internet yang memberikan kesempatan penggunaannya untuk saling terhubung dan secara selektif mempresentasikan diri, baik secara sinkron atau tidak sinkron, dengan khalayak luas dan terbatas yang mendapatkan pemahaman dari konten yang dibuat pengguna dan pandangan akan interaksi dengan individu lain. Sejalan dengan pengertian tersebut, media sosial memiliki jangkauan penyebaran informasi yang luas, sehingga media sosial dapat menjadi salah satu media komunikasi massa yang efektif. Seiring berkembangnya teknologi, media sosial mempunyai beragam jenis *platform*. Menurut Halim *et al.* (2020:19) Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Line merupakan jenis *platform* media sosial yang sering digunakan di Indonesia.

Instagram adalah media jejaring sosial yang memudahkan penggunaannya untuk membagikan foto dan video secara daring kepada pengguna lainnya (Bugiardo, 2015:48). Beragamnya fitur pada Instagram membuat hampir semua kalangan masyarakat dari remaja hingga dewasa menggunakan Instagram. Tak hanya secara individual, banyaknya pengguna Instagram menumbuhkan dorongan organisasi, lembaga, perusahaan, bahkan instansi pemerintah untuk turut menggunakan Instagram sebagai media komunikasi massa.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor merupakan salah satu instansi naungan pemerintah Kota Bogor yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi massa. Media tersebut digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor untuk menyebarkan informasi melalui konten-konten yang setiap harinya diunggah melalui *feeds* atau *story* Instagram. Individu memerlukan informasi agar dapat melangsungkan kehidupan dalam bermasyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi berupa konten dan berkomunikasi dengan masyarakat dengan lebih mudah dan cepat.

Terdapat proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Konten tersebut akan disebarluaskan melalui media sosial Instagram dan harus sesuai dengan aturan dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga penting untuk mengikuti proses pembuatan konten secara bertahap. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor memiliki beberapa tahapan sebelum konten tersebut disebarluaskan melalui media sosial Instagram yaitu, tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Penulis tertarik untuk membahas bagaimana proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. Penulis juga tertarik untuk mengetahui apakah terdapat hambatan selama proses pembuatan konten, dan solusi yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penulis tentukan di atas, maka rumusan masalah yang ada dalam laporan tugas akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor?
- 2) Apa saja hambatan serta solusi dalam proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi Kota Bogor?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis tentukan di atas, tujuan permasalahan yang akan dibahas pada laporan tugas akhir ini adalah:

- 1) Mengetahui proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi Kota Bogor.
- 2) Mengetahui hambatan serta solusi dalam proses pembuatan konten media sosial Instagram pada Dinas Komunikasi Kota Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu

Penulisan laporan tugas akhir terkait “Proses Pembuatan Konten Media Sosial Instagram pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor” menggunakan data yang didapatkan selama Praktik Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.10, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121. Waktu kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan pengumpulan data dilaksanakan mulai dari tanggal 3 Januari 2022 sampai dengan 31 Maret 2022, selama hari kerja mulai dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 07:30 WIB sampai pukul 16:00 WIB. Sistem penjadwalan Praktik Kerja Lapangan selama masih pandemi COVID-19 dibagi menjadi dua, yaitu kerja dari kantor dan kerja dari rumah. Kerja dari kantor dilakukan selama kurang lebih tiga hari tiap minggunya.