



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesiabaik.id (IB) merupakan kanal komunikasi publik pemerintah berbasis media sosial dan situs yang pertama kali dibentuk pada tanggal 6 Juni 2017 dan dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik, Direktorat Pengelolaan Media, Sub Direktorat Audio Visual dan Media Sosial. Konten yang diproduksi IB dikemas dalam format grafis (infografis, motiongrafis, videografis, komik dan *ebook*) dengan target audiens IB adalah anak muda Indonesia. IB mempunyai empat pilar konten, yang merupakan empat jenis sajian informasi utama pada akun IB. Pilar yang pertama adalah informasi populer, pilar ini membahas konten data dan fakta seputar informasi terkini yang dikemas dalam format infografis dan video singkat. Pilar yang kedua adalah program pemerintah, pilar ini membahas informasi terkait *update* peraturan dan kebijakan pemerintah dalam format konten yang lebih mudah dipahami. Pilar yang ketiga adalah edukasi informasi, pilar ini membahas konten edukasi terkait pelayanan publik sebagai rujukan informasi dari sumber resmi dalam format yang mudah dimengerti. Pilar yang terakhir, yang keempat adalah tentang Indonesia, pilar ini membahas tentang konten seputar keindahan alam dan keluhuran budi pekerti dan budaya masyarakat Indonesia (IB 2021).

Ada beberapa media sosial yang digunakan IB dalam mempublikasikan informasi, yaitu Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Line dan Tiktok. Mengelola berbagai macam media sosial, tentunya IB memiliki tim dengan pembagian tugas yang berbeda setiap individunya. Pembagian tugas ini disertai dengan kewenangan dan tanggung jawab yang berbeda, dengan harapan, pembagian tugas ini bisa mempererat kebersamaan dan meningkatkan motivasi tim dalam bekerja. Haryanto dan Sembiring (2021:118) menyatakan bahwa semua orang dalam tim harus menyadari hierarki, pembagian tugas dan peran mereka di dalamnya. Perbedaan inilah nantinya yang akan menyatukan dan membuat tim semakin solid dalam menyelesaikan pekerjaan karena setiap orang berpartisipasi mengikuti peran masing-masing.

Secara umum IB berada di bawah Kemenkominfo yang mengurus seputar komunikasi dan informasi. Lebih rinci lagi, IB ini berada tepat di bawah salah satu ditjen yang ada di Kominfo, yaitu Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik, yang mana ditjen ini memberikan informasi untuk masyarakat dan berkomunikasi dengan masyarakat, jadi tentunya IB akan membahas apapun yang berkaitan langsung dengan masyarakat. Menurut tim IB, salah satu pembahasan yang harus diangkat adalah terkait kesehatan mental. Isu kesehatan mental ini memang sudah menjadi bagian dari satuan tema yang sengaja diangkat karena dirasa informasinya perlu untuk disebarluaskan, apalagi di masa pandemi ini, di mana keadaan pandemi bisa memicu terganggunya kesehatan mental seseorang. Rokom (2022) menyatakan pandemi Covid-19 memberikan dampak di masyarakat. Pada sebagian orang mengalami masalah gangguan mental neurologis dan juga penggunaan zat. Kondisi pandemi memperparah ataupun semakin mempengaruhi kesehatan jiwa. Angka prevalensinya meningkat satu sampai dua kali lipat dibandingkan kondisi sebelum pandemi Covid-19. Kelompok yang terpapar dengan gangguan jiwa pun berbeda-beda.



Selain alasan tersebut, menurut pengamatan tim IB, isu kesehatan mental juga sedang cukup menjadi tren di kalangan milenial, yang mana kalangan milenial ini merupakan sasaran utama dari dibentuknya IB. Isu kesehatan mental ini juga bisa masuk ke salah satu pilar dari empat pilar konten yang dimiliki IB. Misalnya, kesehatan mental yang dibahas dari sisi kebijakan pemerintah, itu bisa masuk ke pilar program pemerintah, atau mungkin kesehatan mental yang dibahas dari sisi informasi terkini terkait peningkatan atau penurunan gangguan kesehatan mental, atau informasi lainnya seputar kesehatan mental, itu bisa masuk ke pilar informasi populer.

IB lebih fokus membagikan konten isu kesehatan mental melalui aplikasi Tiktok dalam bentuk konten video pendek, namun bukan berarti isu kesehatan mental ini tidak dibagikan di media sosial lain, media sosial yang lain tetap turut menyuarakan isu kesehatan mental, namun media utamanya melalui aplikasi Tiktok. IB memilih lebih fokus pada aplikasi Tiktok karena menurut IB aplikasi Tiktok sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya generasi muda sesuai dengan sasaran khalayak dari IB. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite (*We Are Social*) pada Februari 2022, aplikasi Tiktok menempati urutan keempat sebagai *most used social media platforms*, dengan rata-rata pengguna menghabiskan waktu perbulannya untuk mengakses Tiktok adalah 23,1 jam per bulan, angka ini naik 67% dari tahun sebelumnya. Selain itu, data di Februari 2022 pun, Tiktok menjadi aplikasi nomor satu jumlah unduhan terbanyak sepanjang tahun 2021, dengan jumlah penggunaannya di Indonesia sebanyak 63,1% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya hanya 38,7%, angka ini menunjukkan adanya peningkatan pesat yang signifikan pada aplikasi Tiktok.

Berdasarkan uraian di atas, IB memanfaatkan media sosial Tiktok dalam menyebarkan informasi maupun edukasi seputar isu kesehatan mental kepada masyarakat khususnya generasi muda Indonesia, sehingga kebutuhan informasi masyarakat Indonesia akan edukasi seputar kesehatan mental bisa sedikit demi sedikit terpenuhi melalui konten video pendek yang dibagikan di akun Tiktok IB. Laporan akhir ini akan membahas secara tuntas apa saja tugas yang terdapat di tim IB, serta bagaimana Produksi Konten Kesehatan Mental Program Indonesiabaik.id melalui Media Tiktok di Kementerian Kominfo RI.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah pada Laporan Akhir ini adalah :

- 1) Apa saja tugas tim Indonesiabaik.id dalam produksi konten video Tiktok kesehatan mental?
- 2) Bagaimana produksi konten Tiktok kesehatan mental di Indonesiabaik.id?
- 3) Apa hambatan dan solusi yang dihadapi tim Indonesiabaik.id dalam produksi video Tiktok kesehatan mental?

### Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka Laporan Akhir ini bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui pembagian tugas tim Indonesiabaik.id dalam melakukan produksi konten video Tiktok kesehatan mental.
- 2) Mengetahui produksi konten kesehatan mental di Indonesiabaik.id.



- 3) Mengetahui apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi tim Indonesiabaik.id dalam produksi video Tiktok kesehatan mental.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara *remote* di Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia di Jalan Medan Merdeka Barat no. 9, Jakarta Pusat 10110, Indonesia. Waktu PKL dilaksanakan selama dua bulan yaitu dari tanggal 02 Februari 2022 sampai dengan 08 April 2022 di Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (DJIKP), Direktorat Pengelolaan Media, Sub Direktorat Audio Visual dan Media Sosial (AVMS).

### Data dan Instrumen

Data merupakan hal yang sangat penting untuk digunakan sebagai bahan acuan untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir ini, yaitu data primer dan data sekunder:

#### 1) Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan. Data ini didapatkan dari pengalaman berdasarkan pengamatan langsung selama Praktik Kerja Lapangan di Indonesiabaik.id, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Data primer yang didapat yaitu berupa pembagian tugas dalam tim IB untuk produksi video Tiktok, proses produksi konten Tiktok dari tahap pra produksi sampai pasca produksi, dan hambatan serta solusi selama proses produksi konten video Tiktok. Data primer ini didapatkan dengan cara partisipasi aktif, observasi dan teknik wawancara.

#### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber terdahulu seperti buku, jurnal, internet, dan sebagainya. Data sekunder yang didapat yaitu sejarah Kementerian Kominfo, visi misi Kementerian Kominfo, tugas dan fungsi Kementerian Kominfo, logo dan filosofi logo Kementerian Kominfo, struktur organisasi Kementerian Kominfo, pengertian IB, media sosial yang digunakan IB, empat pilar atau tema besar konten IB, sejarah terbentuknya IB, logo dan filosofi logo IB, struktur organisasi IB, colour palette IB, serta contoh *timetable* dan statistik konten Tiktok IB. Data ini didapatkan dengan studi pustaka dari situs resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dan situs resmi Indonesiabaik.id.

Instrumen yang digunakan yaitu berupa daftar pertanyaan untuk tim Tiktok IB, khususnya kepada ketua sub direktorat atau ketua tim IB demi menggali informasi lebih dalam seputar pembagian tugas dan proses produksi dalam membuat konten video Tiktok. Selain itu, untuk mendukung kemudahan dalam pengumpulan data, digunakan juga instrumen lainnya seperti laptop, *smartphone* dan *printer*.