

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang berkelanjutan serta paling luas dibagikan dalam masyarakat industri (Gerbner dalam Rakhmat, 2015). Komunikasi massa seringkali mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima, menciptakan pengaruh luas dalam waktu singkat dan menimbulkan respon seketika dari banyak orang secara serentak. Dahulu penyampaian komunikasi massa memanfaatkan media elektronik seperti televisi dan radio, yang hanya dapat dilakukan oleh organisasi media saja namun seiring berjalannya waktu, penyampaian komunikasi massa dapat dilakukan di dalam media sosial oleh siapapun.

Media sosial adalah tempat untuk orang berkomunikasi antar sesama pengguna secara tidak langsung dan dibutuhkan koneksi internet. *Platform* yang berbasis internet ini mudah digunakan dan memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membuat atau bertukar konten berupa informasi, opini dan minat dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi (Khan, 2017). Kehadiran media sosial menjadi kebutuhan bagi setiap orang untuk memberikan atau memperoleh informasi baik individu, kelompok, hingga instansi pemerintah.

Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut (Ditjen PRL) Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) merupakan suatu instansi yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kelautan dan perikanan. Ditjen PRL KKP juga salah satu lembaga instansi yang menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi utama kepada khalayak luas. Hubungan Masyarakat atau yang disebut Kehumasan dalam Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan (Permen-KP) Nomor 44/2016 adalah segala kegiatan komunikasi dan publikasi yang ditujukan untuk memberikan informasi berbagai kebijakan dan program sehingga dapat terwujud citra positif Kementerian. Tim Humas Ditjen PRL merupakan bagian di Ditjen PRL KKP yang memiliki tugas, salah satunya adalah peningkatan keahlian di bidang komunikasi visual/desain grafis di dalam media cetak, media elektronik, media *online* dan media sosial. Tugas tersebut merangkap menyiapkan bahan acuan untuk pelaksanaan kegiatan sosialisasi, produksi dan publikasi dan pengelolaan berita harian dan media sosial Ditjen PRL. Humas Ditjen PRL memiliki keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan-kegiatan KKP kepada masyarakat melalui media sosial dalam menyampaikan informasi yang akurat, cepat, dan mudah, agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Media sosial yang digunakan oleh Ditjen PRL KKP salah satunya adalah Instagram dengan nama pengguna @ditjenprl yang kini telah mempunyai 9,535 pengikut dan 1,029 total *postingan* foto dan *video*. Berdasarkan laporan digital tahunan per Januari 2021, Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan urutan nomor lima setelah Facebook, Youtube, Whatsapp dan Facebook messenger (We Are Social dan Hootsuite, 2021). Instagram adalah media sosial yang memungkinkan bagi para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk gambar maupun video (Nugraha, 2018) oleh karena itu Ditjen PRL



lebih sering menggunakan Instagram sebagai media sosial utama untuk penyebaran informasi dan edukasi. Fiturnya yang cukup lengkap sangat membantu dalam proses produksi konten seperti tagar, lokasi, musik, Instagram *story* dan *insight* yang berfungsi melihat perkembangan akun perusahaan. Bahkan muncul fitur Instagram *Reels* untuk wadah pengguna berbagi video pendek mulai dari berdurasi 15 detik sampai 1 menit.

Produksi konten media sosial Instagram merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dengan menggunakan peraturan yang berlaku yaitu mengikuti Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Bagi Instansi Pemerintah sesuai dengan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (PERMENPAN) Nomor 83 tahun 2012. Produksi konten yang baik adalah pembuatan konten yang dimulai dari perencanaan yang matang serta eksekusi yang tepat. Maka produksi konten Instagram Ditjen PRL khususnya konten Instagram *Reels* dilakukan melalui beberapa tahapan (Nugraha, 2018). Rangkaian tahapan produksi yang terstruktur akan menghasilkan konten maksimal sesuai standar sebagai suatu instansi pemerintah.

Tim Humas Ditjen PRL KKP memiliki agenda atau jadwal untuk mengelola *Instagram*. Contohnya pada bulan Maret yang merupakan agenda KKP melakukan Bulan Cinta Laut yang diadakan di beberapa daerah Indonesia, agenda harian seperti edukasi tentang kelautan dan perikanan Indonesia, Serta agenda Rapat atau webinar yang diadakan *offline* atau *online* oleh KKP. Beberapa konten tersebut dikemas dalam bentuk video pendek dan infografis yang menarik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mengetahui kegiatan, pencapaian atau edukasi yang diraih atau disebarkan oleh KKP. Pembuatan konten akan melalui beberapa tahap seperti koordinasi dan perancangan konten, produksi dan evaluasi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini adalah :

1. Apa saja fungsi media sosial Instagram bagi Ditjen PRL?
2. Bagaimana produksi konten media sosial Instagram *Reels* Ditjen PRL?
3. Apa saja hambatan dan solusi dalam produksi konten media sosial Instagram Ditjen PRL?

Tujuan

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka tujuan dalam penulisan Laporan Akhir ini yaitu :

1. Menjelaskan fungsi media sosial Instagram Ditjen PRL
2. Menjelaskan produksi konten media sosial Instagram *Reels* Ditjen PRL
3. Menjelaskan hambatan dan solusi dalam produksi konten media sosial Instagram Ditjen PRL