



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mulyana (2016) mengemukakan bahwa ‘Komunikasi atau *Communication* dalam bahas Inggris berasal dari kata *communis* yang berarti membuat sama. Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan. Menurut Alyusi (2018) setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupan dan sebagai penunjang kegiatannya. Internet sangat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Menurut Widyasari (2018) Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau sebesar 54,68% dari total 262 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 10,5 juta atau sekitar 7.9% dari 2016 (132.7 juta). Salah satu cara untuk memperoleh informasi atau pesan melalui internet adalah dengan bantuan media sosial.

Media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial, merujuk kepada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Gohar F. Khan dalam Widyasari (2018) menyatakan bahwa secara sederhana, media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi. Penggunaan media sosial sebagai penyaluran informasi ini digunakan oleh beberapa instansi atau perusahaan, salah satu yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia melalui program Indonesiabaik.id menggunakan berbagai media sosial untuk menyampaikan informasi kepada khalayak umum khususnya anak muda Indonesia, salah satu media sosial tersebut adalah TikTok. Susilowati (2018) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa aplikasi TikTok adalah aplikasi yang memberikan *special effects* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren. Data dari Selular.id (2021) menyebutkan bahwa terdapat 30,7 juta pengguna aktif TikTok di Indonesia terhitung pada bulan Juli 2020. Merujuk pada riset oleh App Ape lab (2020) ditemukan hasil bahwa rasio pengguna aktif TikTok di Indonesia berdasarkan gender yaitu 53,5% berjenis kelamin perempuan dan 46,5% berjenis kelamin laki-laki. Demografi pengguna TikTok di Indonesia pun didominasi oleh kalangan usia 10-29 tahun. Hal ini sejalan dengan target *audiens* dari program Indonesiabaik.id. Indonesiabaik.id adalah program dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yang memublikasikan berbagai jenis informasi melalui media sosial. Salah satu jenis media sosial tersebut adalah TikTok.

Konten yang dibagikan di TikTok dapat dilihat oleh seluruh penggunanya di berbagai belahan dunia. Konten merupakan kekuatan utama dalam media sosial. Oleh karena itu teknis pembuatan konten perlu dipikirkan dengan baik. Selain itu melakukan persiapan yang matang akan membantu perusahaan untuk memastikan efektivitas konten dalam media sosial tersebut. Tak hanya efektivitas kontennya saja, tetapi juga dampaknya terhadap bisnis suatu perusahaan. Bagian terpenting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

dalam merancang sebuah konten yaitu menetapkan target sasaran. Perusahaan harus bisa merancang konten berdasarkan informasi tentang *audiens* yang disasar. Selain itu, perusahaan juga harus menentukan format konten yang menarik serta memilih gaya pendekatan yang tepat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

- 1) Bagaimana proses produksi konten TikTok *Healthy Life* pada program Indonesiabaik.id?
- 2) Apa saja hambatan dalam proses produksi konten TikTok *Healthy Life* pada program Indonesiabaik.id?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada Makalah Seminar ini adalah.

- 1) Mengetahui proses produksi konten TikTok *healthy life* pada program Indonesiabaik.id
- 2) Mengetahui hambatan-hambatan dalam proses produksi konten TikTok *Healthy Life* pada program Indonesiabaik.id



METODE

Sekolah Vokasi

College of Vocational Studies

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk menyusun Laporan Akhir ini dilaksanakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang berlokasi di Jalan Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta 10110. Waktu pengumpulan data dilaksanakan pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan selama dua bulan yang dimulai pada tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan 1 April 2022. Pengumpulan data disesuaikan dengan jadwal kerja di Kementerian Komunikasi dan Informatika, yaitu setiap hari Senin sampai Jum'at pukul 08:00 wib sampai 16:00 WIB. Lokasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1 Lokasi kementerian Komunikasi dan Informatika
Sumber: Google (2022)