



- 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.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya masyarakat adalah manusia yang bersifat makhluk sosial dan membutuhkan interaksi, salah satunya dengan berkomunikasi. Melalui komunikasi, suatu masyarakat bisa saling berinteraksi dan bertukar informasi yang ada. Menurut Cangara (2014:25) dalam bukunya “Pengantar Ilmu Komunikasi”, menyatakan bahwa “komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang...”. Komunikasi tidak hanya terjadi di lingkup masyarakat, tetapi komunikasi juga diperlukan dalam lingkungan pemerintahan yang terdiri dari lingkup eksternal dan internal.

Komunikasi saat ini mempunyai berbagai macam bentuk media atau saluran yang berubah-ubah karena dipengaruhi oleh adanya modernisasi. Berlangsung komunikasi dengan media di zaman modern bersifat cepat dan mudah. Pemahaman ini disebut juga sebagai salah satu bentuk komunikasi yaitu komunikasi massa. Menurut Gebner (1976) dalam Romli (2016:2), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dengan arus pesan yang menyempit serta luas. Singkatnya yaitu komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi yang disebarkan ke khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap. Memproduksi pesan dilakukan oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, yang seiring berjalannya waktu terus berubah mengikuti zaman ke era modern.

Era modern saat ini ditunjukkan dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang semakin memudahkan semua orang untuk berinteraksi yang kemudian melahirkan media baru atau *new media*. Bentuk media telah bertransformasi yang semula berupa konvensional, hingga sampai sekarang muncul media baru yang ditandai dengan adanya komputerisasi, internet, dan terjadinya pergeseran ruang dan waktu. Salah satu bentuk perubahan teknologi dengan media baru adalah adanya media sosial. Menurut Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* (Kominfo 2018) menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) yang bersifat informatif, edukatif, kritik dan sebagainya kepada khalayak bagi para penggunanya.

Media sosial membuat setiap orang bisa membuat *webpage* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman atau sebuah organisasi untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2020, ada empat kanal media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia, yaitu *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial, mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi. Dipilihnya media sosial sebagai saluran untuk menyampaikan informasi oleh pihak pemerintahan di berbagai negara terutama Indonesia merupakan pilihan yang tepat. Tidak hanya Indonesia, tetapi juga hampir pemerintahan seluruh negara. Baik itu perwakilan suatu instansi ataupun pejabat tinggi negara seperti presiden, menteri dan juga gubernur.



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 Dilindungi Undang-Undang

Informasi yang bisa disampaikan oleh Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri (BHKLN) di Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) beragam jenisnya. KKP melalui BHKLN dalam penyampaian informasinya memanfaatkan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* yang dianggap mampu menjangkau dan juga mengedukasi para sasaran kebijakan. Adanya media sosial, masyarakat juga dapat menyampaikan berbagai saran dan kritik kepada Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Penyampaian informasi oleh BHKLN tidak selamanya berjalan dengan mulus. Terdapat beberapa faktor penyebabnya, salah satunya yang utama adalah sasaran publik informasi. Sasaran informasi pada umumnya adalah masyarakat kelas menengah, yang di dalamnya terdapat masyarakat nelayan. Menurut data Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kominfo pada tahun 2015, sebanyak 62,5% responden nelayan pernah membuka internet dan memiliki minat tinggi terhadap akses internet. Namun sebanyak 78% responden tidak memiliki fasilitas ini di HP nya. HP lebih banyak digunakan untuk telepon dan *sms* dibandingkan dengan mengakses internet. Hal ini dikarenakan belum banyak masyarakat yang mengetahui cara menggunakan fasilitas internet di HP atau belum merasakan manfaatnya secara lebih.

Ketika sekali waktu mengakses internet, hasil survei membuktikan bahwa akses internet digunakan untuk mencari informasi perikanan, diikuti membuka situs jejaring sosial (FB, *twitter*, *Youtube*, dll) mencari informasi modal, pasar dan akses teknologi. Data ini semakin meneguhkan fakta bahwa perkembangan media sosial menjadi daya tarik utama bagi masyarakat dan memberikan arahan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dalam penyebaran program-program pemerintah. Namun dibandingkan dengan teknologi informasi dan komunikasi lainnya, internet masih menempati urutan terendah yaitu hanya 8% responden nelayan yang mampu dan biasa mengakses internet baik dari PC, warnet maupun HP.

Tidak hanya itu, besarnya jangkauan dan perbedaan latar belakang edukasi sasaran informasi juga menjadi pertimbangan. Melihat dari heterogenya sasaran publik yang ada maka dari itu diperlukan divisi khusus untuk penyampaian informasi agar mudah dicerna oleh berbagai kalangan yang bersifat informatif dan sesuai dengan kondisi lapangan di kelautan dan perikanan Indonesia. Divisi tersebut yaitu Divisi Media Publikasi yang merupakan anak dari Subbagian Analisis Media. Diharapkan dengan adanya divisi secara terpusat ini mampu menghadirkan peran untuk menyampaikan segala informasi yang komunikatif dan efektif serta meluas.

Komunikasi yang baik dan media yang tepat akan memudahkan pihak BHKLN dalam merangkul masyarakat. Maka dari itu, peran dari Divisi Media Publikasi diperlukan agar sasaran bisa terjangkau secara menyeluruh dengan memanfaatkan media sosial yang bersifat cepat dan meluas dalam menyampaikan informasi dan menambah edukasi. Pemanfaatan media sosial ini juga dapat menjadi salah satu jalan keluar dari permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Jika hal ini sudah terwujud, maka masyarakat nelayan, eksportir, dan importir serta pihak-pihak yang terlibat secara menyeluruh terindikasi mampu memiliki koneksi yang baik dan berjalan secara beriringan.

1.2 Rumusan Masalah

Kesenjangan dan harapan yang terjadi di dalam sebuah fenomena masyarakat menghasilkan sebuah rumusan masalah. Lahirnya rumusan masalah mengasah pengembangan pola pikir. Melalui rumusan masalah inilah akan timbul pertanyaan yang kemudian akan dicarikan jawabannya. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana peran Divisi Media Publikasi dalam menyampaikan informasi oleh Biro Humas dan Kerjasama Luar Negeri di Kementerian Kelautan dan Perikanan?
2. Apa saja jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Media Publikasi di BHKLN?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Divisi Media Publikasi dalam menyampaikan informasi oleh Biro Humas dan Kerjasama Luar Negeri di Kementerian Kelautan dan Perikanan dan solusinya?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Menjelaskan peran Divisi Media Publikasi dalam menyampaikan informasi oleh Biro Humas dan Kerjasama Luar Negeri di Kementerian Kelautan dan Perikanan.
2. Mengidentifikasi jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Media Publikasi di BHKLN.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang tepat yang dialami Divisi Media Publikasi dalam menyampaikan informasi oleh Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri di Kementerian Kelautan dan perikanan.

2. METODE KAJIAN

2.1 Lokasi dan Waktu PKL

Praktik Kerja Lapang (PKL) dilaksanakan selama 40 hari kerja, terhitung sejak tanggal 03 Februari 2020 dan berakhir pada tanggal 31 Maret 2020. Dikarenakan pandemi yang melanda, penulis melakukan *work from home* sejak 16 Maret sampai 31 Maret 2020 dengan jam kerja yang sama. Jam kerja dimulai pukul 07.00 sampai dengan 15.00 WIB pada hari Senin-Kamis, sedangkan untuk hari Jumat dimulai pukul 07.00 sampai dengan 16.00 WIB. Tempat pelaksanaan PKL di Kementerian Kelautan dan Perikanan bagian Sekretaris Jenderal di Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri yang beralamat di Gedung Mina Bahari 1 Lantai 5, Jalan Medan Merdeka Timur No. 16, Jakarta. 10110.