

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Era globalisasi sekarang ini, kebutuhan akan teknologi media massa semakin besar, hampir semua gerak gerik kegiatan dan kehidupan seseorang tak lepas dari peran dan pengaruh media massa. Media massa merupakan alat atau media penyampai pesan dari proses komunikasi (Vera, 2019:7). Salah satunya kehadiran media baru merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga dengan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi, yang termasuk kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia.

Internet sebagai media baru telah mengalami perkembangan yang begitu pesat. Penggunaan internet saat ini bahkan terbilang masif. Saat ini media baru sudah menjangkau hampir seluruh masyarakat dunia, media baru tersebut dapat dikatakan turut memberi andil yang besar pada perubahan struktur sosial masyarakat. Pada media baru terdapat beragam fitur salah satunya media sosial. Kehadiran media sosial pada zaman sekarang tidak dapat dipungkiri lagi eksistensinya karena media sosial merupakan hal yang sudah melekat dan seolah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia (Nurhalimah, 2019:14).

Perkembangan media sosial saat ini sangat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu instansi atau perusahaan. Hal ini di karenakan media sosial merupakan perkembangan terbaru dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, mencari informasi, berpartisipasi aktif, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*. Menurut Sam Decker dalam Lestari (2019:2) media sosial adalah konten dan inetraksi digital yang dibuat antara satu dan lainnya. Nasrullah dalam Sutopo *et al* (2019:23) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap berbagai aspek, seperti jurnalisme, *public relations*, dan pemasaran.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pencarian informasi dari hari ke hari terus mengalami peningkatan. Perkembangan teknologi juga memungkinkan tersampainya konten-konten menarik berupa teks, gambar dan video. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh instansi untuk mempromosikan sebuah instansi tersebut adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu platform yang kompatibel dan menjadi salah satu aspek aspek yang mendapat perhatian mendalam bagi para individu maupun perusahaan jika diaplikasikan di era modern saat ini (Maryoleine, 2019:22). Selain berguna untuk menangkap moment dalam bentuk foto ataupun video, Instagram juga memiliki fitur pendukung seperti *tag location*, *repost*, tagar, dan berbagai *filter* menarik untuk edit foto, hal ini membuat media sosial Instagram digemari oleh masyarakat. Berdasarkan hasil *survey WeAreSocial.net* dan *hootsuite*, Instagram merupakan media dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Instagram merupakan salah satu platform jejaring sosial yang digunakan untuk berbagi foto, video, dan juga memasarkan produk bisnis. Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang kehadirannya cukup fenomenal. Pengguna aktif Instagram paling banyak berasal dari Amerika Serikat dengan jumlah mencapai 110 juta, satu peringkat dibawahnya adalah Brazil dengan 57 juta pengguna aktif.



Pada peringkat ketiga, ada Indonesia dengan jumlah mencapai 55 juta. Instagram merupakan media sosial populer dan paling sering digunakan keempat setelah YouTube, Facebook, dan WhatsApp (Lestari, 2019:30).

Instansi yang menggunakan Instagram sebagai salah satu media publikasi adalah TVRI. TVRI termasuk kedalam kategori Televisi Negara, yang fasilitas penyiarnya dimiliki oleh negara. TVRI menjadi stasiun televisi pertama dan satu-satunya milik negara. Hal ini telah ditetapkan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2005. TVRI tidak hanya menjadi stasiun televisi kebanggaan Indonesia yang selalu konsisten menyajikan informasi-informasi mengenai isu dalam negeri maupun luar negeri sesuai fakta kejadian, kini TVRI menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu platform media digital sebagai sarana penyampaian informasi yang sesuai dengan tugas TVRI.

Media sosial digunakan TVRI untuk menginformasikan serta mempromosikan TVRI dikalangan milenial. Selain itu media sosial digunakan sebagai *personal branding*. *Personal branding* adalah suatu citra atau pemikiran yang muncul pada benak pikiran orang terhadap suatu hal yang dilihat atau didengar (Butar&Ali, 2018:33). *Personal branding* akan meningkatkan *image* diri dimata masyarakat. TVRI menyadari saat ini televisi kurang diminati oleh masyarakat karena banyak media lain yang lebih banyak bisa diterima semua kalangan masyarakat luas baik muda maupun tua, dan Instagram menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Oleh karena itu untuk membuat tampilan Instagram menjadi menarik dalam membuat sebuah konten memerlukan seorang *content creator*. Menurut Sayugi dalam Hermawan (2018:132) *Content creator* adalah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital, seperti YouTube, Instagram, Blogger, dan berbagai platform media sosial lainnya.

Melihat penggunaan media sosial untuk komunikasi lebih dominan dibanding media konvensional, maka kemunculan media sosial menjadi ancaman bagi media konvensional. Akibatnya, masyarakat lebih suka menggunakan media sosial dari pada media konvensional. Maka dari itu TVRI berupaya memanfaatkan media sosial Instagram yang berisi tentang hiburan, edukasi, informasi, dan siaran digital. Dalam kegiatan ini akan mencari tahu dan memperoleh gambaran tentang kemunculan Instagram yang mendorong masyarakat menggunakan Instagram sebagai sumber informasi dan hiburan, serta mendefinisikan bagaimana upaya TVRI dalam memanfaatkan media sosial Instagram. Kegiatan ini diharapkan memberikan pengetahuan lebih bahwa ada banyak sekali media komunikasi yang dapat digunakan untuk mempermudah proses komunikasi.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana deskripsi Instagram sebagai media publikasi TVRI Nasional?
- 2) Bagaimana peran *Content creator* Instagram TVRI Nasional dalam mengubah *image* TVRI?



## Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan deskripsi Instagram sebagai media publikasi TVRI Nasional
- 2) Menjelaskan peran *Content creator* Instagram TVRI Nasional dalam mengubah *image* TVRI?

## METODE

### Lokasi dan Waktu PKL

Pengumpulan data dan informasi dilakukan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Lokasi pengumpulan data untuk melengkapi Laporan Akhir ini dilakukan di Kantor TVRI Nasional yang beralamat di Jl. Gerbang Pemuda No.8, RT.1/RW3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama 2 bulan terhitung dari tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 30 April 2021. Waktu Pelaksanaan dilakukan pada hari senin hingga jumat dengan durasi kerja delapan jam.

### Data dan Instrument

Data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini terdiri dari dua macam, yaitu data primer dan sekunder. Berikut penjelasan mengenai data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer adalah data atau informasi yang didapatkan langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dengan cara wawancara kepada tim *content creator* yang terlibat dalam proses pembuatan konten Instagram TVRI Nasional, serta keterlibatan langsung dalam proses pembuatan konten Instagram TVRI Nasional.
- 2) Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu data-data yang diambil dari berbagai buku, referensi, karya ilmiah, dan sumber internet yang menyangkut dengan materi terkait. Data ini diperoleh melalui laman TVRI Nasional, artikel *online* yang berkaitan dengan TVRI Nasional, berkas dokumen tim komunikasi yang berkaitan tentang Instagram TVRI Nasional dan sumber-sumber pendukung lainnya.

Proses pengumpulan data baik primer maupun sekunder dalam pembuatan Laporan Akhir ini membutuhkan alat atau biasa disebut dengan instrumen. Instrumen yang digunakan selama pengumpulan data, berupa panduan wawancara, laptop, alat tulis dan *smartphone* untuk mendokumentasikan foto-foto dan video.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk mendapatkan berbagai pengetahuan dan informasi selama menjalin Praktik Kerja Lapangan (PKL) Beberapa teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendukung Laporan Akhir ini, yaitu:

