



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi (*communication*) berasal dari Bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti ‘sama’. Komunikasi merupakan sarana menyampaikan suatu ide atau gagasan kepada komunikan. Komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai suatu pesan di antara komunikator dan komunikan. Menurut Mulyana (2016: 46) definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran,” “kita mendiskusikan makna,” dan “kita mengirimkan pesan.”

Perkembangan teknologi yang semakin pesat turut mempengaruhi cara berkomunikasi. *New media* atau media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi yang sebagian besarnya berupa media digital, komputer, dan jaringan informasi dan komunikasi. Melalui teknologi informasi komunikasi ini masyarakat memiliki pilihan informasi yang ingin mereka ketahui dan dapat berkomunikasi melalui media digital, komputer, dan jaringan. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau sebesar 54,68% dari 262 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 10,5 juta atau sekitar 7,9% dari 2016 (132,7 juta).

Media baru yang berkembang luas yaitu media sosial (*social media*). Survei APJII juga mengemukakan bahwa media sosial merupakan layanan yang paling banyak diakses menggunakan internet kedua (87,13%) setelah layanan pesan singkat (89,35%). Menurut Kominfo (2018) media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, edukasi, opini, dan minat) dalam konteks beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan sebagainya) kepada khalayak. Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten yang dibagikan di media sosial dapat berbentuk tulisan (*content writing* dan *copywriting*), gambar, dan video. Karakteristik utama yang harus dimiliki oleh sebuah *platform* media sosial yaitu merupakan *platform* yang berbasis pengguna, bersifat sangat interaktif, pengguna merupakan pembuat konten, pengguna bebas menentukan sendiri pengaturan akunnya, bergantung pada hubungan antar pengguna hingga komunitas yang terbentuk, dan memberikan peluang koneksi yang nyaris tak terbatas.

Instagram merupakan salah satu kanal media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut survei dari *We Are Social* dan Hootsuite pada Januari 2021 jumlah pengguna Instagram di Indonesia 86,6% dengan rentang usia 16-64 tahun dan merupakan aplikasi nomor tiga yang paling banyak digunakan. Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video. Banyaknya fitur yang disediakan oleh Instagram membuat penggunaannya dapat berkreasi yang menjadikan Instagram sebagai aplikasi yang banyak disukai. Saat ini media Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi melalui foto atau video, tetapi digunakan juga oleh suatu lembaga untuk berbagi konten-konten menarik seperti konten edukasi, infografis, dan lain-lain melalui foto dan video yang dikemas semenarik mungkin.

PERHUMAS (Persatuan Hubungan Masyarakat) Indonesia adalah organisasi

profesi para praktisi Humas dan komunikasi Indonesia yang didirikan pada tanggal 15 Desember 1972 yang memanfaatkan Instagram untuk membagikan konten berbentuk gambar dan video. Salah satu konten yang dibagikan oleh PERHUMAS Indonesia yaitu konten edukasi. Konten edukasi yang dibagikan di Instagram PERHUMAS Indonesia memiliki tujuan agar praktisi Humas, mahasiswa, hingga masyarakat umum mengetahui hal-hal mengenai Humas. Konten edukasi di Instagram PERHUMAS Indonesia terdiri atas tiga jenis yaitu *Motion (Monday inspiration)*, *Humaspedia*, dan *Protips*. Konten tersebut perlu penanganan yang baik dalam proses produksinya agar informasi yang disampaikan dapat menarik perhatian masyarakat. Proses produksi konten edukasi media sosial Instagram PERHUMAS Indonesia terdiri dari tahap perencanaan konten, penyusunan konten, dan publikasi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Bagaimana konten edukasi yang dibagikan di media sosial Instagram PERHUMAS Indonesia?
2. Bagaimana proses produksi konten edukasi media sosial Instagram di PERHUMAS Indonesia?
3. Apa saja kendala dalam proses produksi konten edukasi media sosial Instagram di PERHUMAS Indonesia?



Sekolah Vokasi
Tujuan
College of Vocational Studies

Berdasarkan masalah yang dirumuskan diatas maka tujuan dari tugas akhir ini, yaitu:

1. Menjelaskan konten edukasi media sosial Instagram di PERHUMAS Indonesia.
2. Menjelaskan proses produksi konten edukasi media sosial Instagram di PERHUMAS Indonesia.
3. Menjelaskan kendala dalam proses produksi konten edukasi media sosial Instagram di PERHUMAS Indonesia.

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dilakukan pada saat mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PERHUMAS (Persatuan Hubungan Masyarakat) Indonesia, yang beralamat di Graha Arda, Lantai dua, Jalan HR Rasuna Said, Kav B-6, Jakarta Selatan. PKL berlangsung selama dua bulan sejak 1 Maret sampai dengan 4 Mei 2021, dari hari Senin sampai Jumat mulai pukul 09.00 hingga 17.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data adalah bahan dasar yang bersifat informatif dan faktual yang berfungsi untuk menjawab suatu permasalahan. Data yang dikumpulkan dalam penulisan

