



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi adalah proses menyortir, memilih, dan pengiriman simbol-simbol sedemikian rupa agar membantu penerima pesan membangkitkan *respons*/makna dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator (Ross dalam Suryanto, 2015:52). Manusia sebagai makhluk sosial selalu berkomunikasi dengan membahas sebuah informasi. Semakin berkembangnya era globalisasi, manusia dituntut untuk memiliki wawasan yang luas dan memahami informasi secara cepat dan tepat. Pesatnya perkembangan teknologi dan internet juga membantu masyarakat dalam memperoleh dan menyampaikan informasi dari mana saja, salah satunya dari media.

Media merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat, yang bertindak sebagai perantara atau penghubung. Media yang dimaksud adalah salah satu media yang terdapat dalam komunikasi massa. Hadi *et al.* (2021:5) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern yang mampu menyampaikan pesan secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas, anonim dan heterogen.

Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media sosial. Media cetak diantaranya surat kabar, majalah, buletin dan sejenisnya, media elektronik diantaranya radio dan televisi, bentuk media sosial diantaranya Website, Youtube, Facebook, dan Twitter (Hikmat, 2018:30). Apabila dilihat dari segi kemampuannya dalam menarik perhatian masyarakat, ketiga media massa ini memiliki strategi untuk menarik perhatian masyarakat. Menurut Khatimah (2018:121) media sosial yang merupakan bagian dari media online dapat lebih aktif dalam mengalihkan perhatian masyarakat dari media massa dan hanya fokus pada media sosial.

Media sosial adalah media online di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih (Bungin, 2017:102). Berdasarkan pengertian di atas, pengguna media sosial dapat berkomunikasi satu sama lain dengan mengungkapkan pendapat, berkomentar, berbagi informasi dan konten mereka sendiri serta dapat dilihat langsung oleh jutaan pengguna media sosial.

Tidak sedikit perusahaan maupun instansi pemerintahan yang menggunakan media sosial tersebut sebagai jembatan penyampaian informasi ataupun media promosi karena melihat luasnya dampak yang dihasilkan dari media sosial itu sendiri. Bagian yang memiliki fokus dalam pengelolaan media sosial yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor pada Bidang Komunikasi dan Informasi Publik dan khususnya Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik. Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik tersebut memiliki fokus untuk mengelola akun media sosial Instagram milik Pemerintah Kota Bogor.

Media sosial yang sedang banyak diminati oleh banyak orang baik remaja ataupun orang dewasa yaitu Instagram. Hasil riset menyebutkan bahwa dari 22 orang ada lebih dari 90% yang menjadi pengguna aktif media sosial Instagram dikarenakan mudahnya mengakses dan menerima informasi secara langsung dari media tersebut (Tania *et al.* 2020:22). Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk menyebarkan berita atau informasi. Informasi yang

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



disajikan dapat berupa foto atau video serta teks untuk melengkapi informasi. Hasil analisis dari *insight* yang diperoleh akun media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor dengan rata-rata postingan konten berjumlah 70 konten setiap bulannya dengan interaksi sebanyak 90.000 setiap bulannya dan jumlah *followers* rata-rata meningkat diatas 10.000 setiap bulannya dengan jumlah *unfollow* kurang lebih 10%. Berdasarkan hasil *insight* tersebut dapat dilihat bahwa media sosial Instagram lebih besar daripada media sosial milik Pemerintah Kota Bogor yang lainnya seperti Facebook, Twitter dan Youtube. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Bogor dapat memanfaatkan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, khususnya masyarakat Kota Bogor yang lebih luas.

Pemerintah Kota Bogor memanfaatkan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi dengan mengunggah segala bentuk kegiatan Pemerintah Kota Bogor serta informasi seputar Kota Bogor. Informasi tersebut nantinya akan disebarkan kepada masyarakat, khususnya masyarakat Kota Bogor sehingga kebutuhan informasi masyarakat Kota Bogor akan kegiatan, peristiwa, kebijakan Pemerintah Kota Bogor serta pengetahuan seputar Kota Bogor terpenuhi melalui konten-konten yang diunggah. Laporan akhir ini akan membahas secara tuntas bagaimana Proses Produksi Konten di Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka beberapa rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Bagaimana proses produksi konten media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor?
2. Bagaimana hambatan dan solusi yang dihadapi dalam membuat konten di Instagram Pemerintah Kota Bogor?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Menjelaskan proses produksi konten media sosial Instagram Pemerintah Kota Bogor.
2. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam membuat konten di Instagram Pemerintah Kota Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dalam penyusunan dan melengkapi Laporan Akhir ini dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor yang beralamat di Jalan Ir. H. Juanda No.10 RT.01/RW.01, Paledang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122. Waktu pengumpulan data untuk Laporan Akhir ini dilaksanakan pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang terhitung selama tiga bulan, yaitu 1 Maret–31 Mei 2021. Pengumpulan data disesuaikan