

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi dari individu ke individu berupa sinyal-sinyal, simbol-simbol, perilaku maupun tindakan. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi secara verbal maupun non verbal dengan maksud dan tujuan tertentu. Sebagai manusia tentu kita sangat membutuhkan komunikasi untuk berinteraksi dengan sesama manusia. Apalagi bila kita memiliki sebuah informasi penting yang dibutuhkan oleh orang lain dan khalayak luas. Oleh karena itu, komunikasi massa bisa menjadi jawaban dari permasalahan tersebut.

Seiring perkembangan zaman, komunikasi telah terbagi menjadi beberapa bentuk. Salah satu bentuknya adalah komunikasi massa. Dominick (dalam Suryanto, 2017:144) menjelaskan bahwa Komunikasi Massa sebagai proses yang di dalamnya terdapat suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin produksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Bisa diartikan bahwa Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan menggunakan media sosial sebagai contoh media dalam menyampaikan komunikasinya.

Menurut Ramdhani (2020:36) Media sosial adalah salah satu media instan yang pada saat ini memiliki berbagai fungsi dalam peranannya. Selain berfungsi sebagai media berkomunikasi, media ini juga menjadi sarana untuk penggunaannya sebagai menggali dan penyalur informasi. Media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia mulai dari remaja hingga dewasa ini salah satunya adalah Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling terkenal di Indonesia. Mengutip data survei dari “We are Social”, Instagram merupakan media sosial keempat yang paling sering digunakan pada tahun 2019 oleh pengguna internet di Indonesia (Helianthusonfri, 2020:1). Dalam pengaplikasian Instagram memiliki banyak data dan informasi dari berbagai khalayak dan pengguna bisa dengan mudah mendapatkan serta berbagi informasi di jejaring sosial. Pesatnya perkembangan dan penggunaan teknologi di masa kini membuat media sosial sebagai kebutuhan utama di masa sekarang. Kemampuan media sosial khususnya Instagram dalam



menyebarkan sebuah informasi kepada khalayak luas sangat dimanfaatkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK).

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) sebagai instansi yang bergerak dibidang pemerintahan juga menjalankan salah satu fungsinya sebagai pengelolaan konservasi sumber daya alam dan ekosistem di dalamnya salah satunya yaitu kehutanan. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) memiliki beragam fasilitas umum yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, salah satunya yaitu Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo Lingkungan Hidup dan Kehutanan atau biasa lebih dikenal sebagai Museum Kehutanan Manggala Wanabakti.

Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo juga dikenal dengan nama Museum Kehutanan Manggala Wanabakti merupakan satu-satunya museum kehutanan yang ada di Jakarta dan dibawah naungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Pada 24 Agustus 1983, Museum Manggala Wanabhakti diresmikan oleh Presiden RI ke-2 yakni Presiden Soeharto. Museum ini memiliki tujuan menjadi pusat informasi dan dokumentasi segala sesuatu yang terkait dengan hutan dan kehutanan yang ada di Indonesia. Sebagai salah satu dari pusat informasi, Museum Manggala Wanabakti ini tentunya merekam sejarah perjalanan hutan Indonesia.

Museum Manggala Wanabhakti merupakan salah satu Museum Nasional yang bertujuan untuk sarana atau tempat kalangan ilmuwan, pelajar dan mahasiswa untuk mendapatkan berbagai sumber informasi terkait hutan di Indonesia. Maka dari itu, museum ini memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram untuk dijadikan salah satu penyalur informasi kepada masyarakat. Informasi yang disalurkan melalui Instagram Museum Kehutanan ini berisi foto-foto serta video kegiatan yang tengah berlangsung dan informasi seputar isi museum, serta informasi lainnya. Supaya informasi yang di sampaikan melalui media sosial bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat diperlukan peran dari seorang *content creator*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan tersebut, adapun permasalahan yang dikaji pada Laporan Akhir ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan informasi yang mengedukasi mengenai Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo?



2. Bagaimana peran *content creator* Instagram dalam mendukung masyarakat mengenai Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo?
3. Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi oleh *content creator* pada saat proses produksi konten Instagram?

Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang dibahas, adapun tujuan disusunnya Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan penerapan informasi yang mendukung mengenai Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo.
2. Menjelaskan peran *content creator* Instagram dalam mendukung masyarakat mengenai Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi oleh *content creator* pada saat proses produksi konten Instagram.

METODE

Lokasi dan Waktu PKL

Lokasi pengumpulan data dalam penyusunan Laporan Akhir ini dilaksanakan pada saat Praktik Kerja Lapangan di Museum Kehutanan Ir. Djamaludin Suryohadikusumo Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan terletak di Gedung Manggala Wanabakti, Jalan Gato Subroto, Kelurahan Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10270.

Pengumpulan data untuk Laporan Akhir ini dilaksanakan selama 40 hari kerja terhitung mulai sejak tanggal 1 Maret 2021 hingga 30 April 2021 dengan waktu kerja selama lima hari dalam seminggu mulai pukul 07.30 hingga 16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Jenis data yang digunakan dalam Laporan Akhir ini berupa data primer, data sekunder dan instrument untuk memperoleh data :

1. Data yang digunakan :
 - a. Data Primer
Data Primer adalah data dan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Teknik pengambilan data primer ini dilakukan dengan cara melakukan bimbingan bersama pembimbing lapangan, melakukan pengamatan langsung kegiatan produksi pembuatan konten Instagram museum serta bagaimana strategi komunikasi yang dibutuhkan dalam pembuatan konten Instagram Museum Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
 - b. Data Sekunder
Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya dan dapat dikatakan data yang diperoleh dari sumber lain. Data ini diperoleh dari *Company Profile* Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, artiker dan website dari internet yang berkaitan dengan Laporan Akhir ini, dan sumber pendukung lainnya.

