

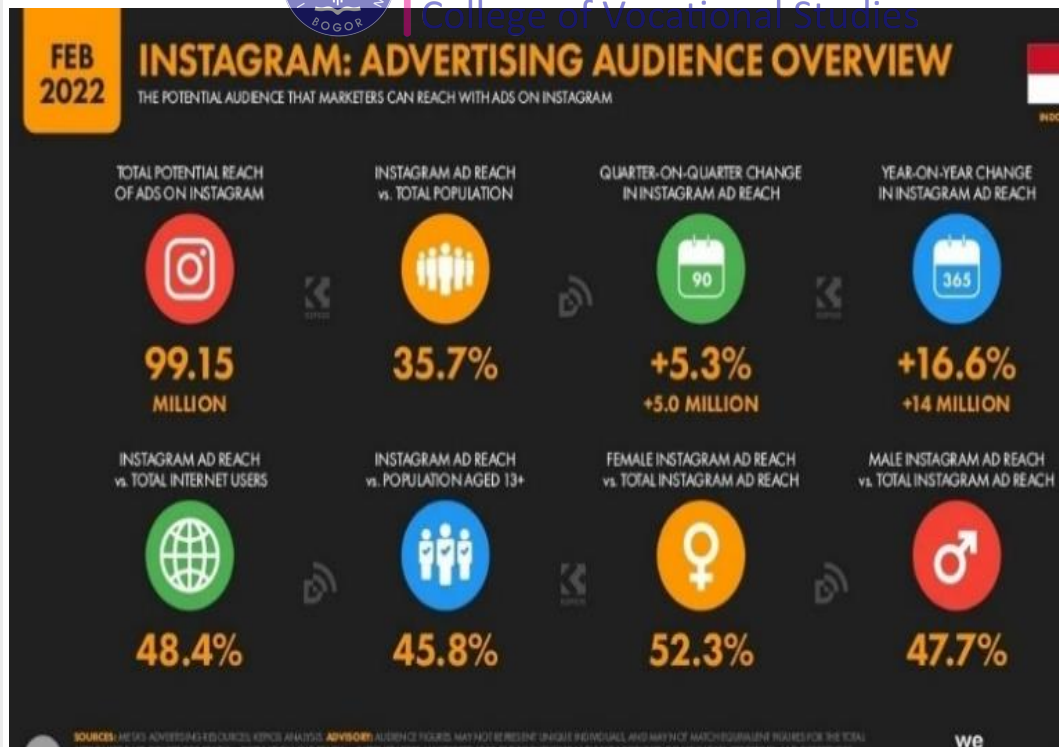
## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang penting untuk mendukung proses kegiatan manusia dalam kehidupan sehari-hari. melalui komunikasi ada beberapa tujuan yang dapat dicapai oleh manusia. Tujuan tersebut yaitu agar terjadi kesamaan makna dan manusia dapat saling memahami satu sama lain, selain itu komunikasi dapat memengaruhi orang lain (Junaedi dalam Saputri, 2021:11).

Menurut Mulyana dalam (Habibie, 2018:81) komunikasi massa biasanya sering dikaitkan dengan media massa, kedua istilah tersebut merujuk pada isi dari informasi yang disampaikan, isi informasi ini sangat dipengaruhi oleh unsur-unsur komunikasi. Terdapat lima unsur yang saling bergantung satu sama lain yakni sumber, pesan, saluran atau media, dan penerima efek.

Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media sosial. Media sosial menjadi sebuah wadah yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi sosial, seseorang dapat berkomunikasi di manapun, kapanpun, dan kepada siapapun dengan umpan balik yang cepat. Komunikasi yang terjadi di media sosial berlangsung secara dua arah yang melibatkan partisipasi interaktif. Berdasarkan survei Hotsuite pada Februari 2022 pengguna media sosial aktif di Indonesia saat ini mencapai 4,62 milyar pengguna, dari angka tersebut 99,15 juta jiwa menggunakan internet untuk mengakses Instagram.<sup>1</sup>



Gambar 1 Survei Hotsuite Indonesian Digital Report 2022

Sumber: Website Hotsuite (2022)

<sup>1</sup> Survei Hootsuite, Indonesian Digital Report 2022. 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> [Diakses pada 25 Mei 2022]

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

Media sosial khususnya Instagram merupakan salah satu pilihan media yang efektif dalam era pemasaran 4.0, karena mayoritas masyarakat akan mencari informasi melalui gawainya masing-masing. Kehadiran Instagram memberikan dampak yang cukup besar bagi sebagian besar masyarakat dalam berbagai aspek. Contohnya suatu lembaga pemerintahan atau instansi dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui Instagram (Satiti, 2021:11).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial (Mahendra, 2017:152). Kemudahan dalam penggunaannya membuat aplikasi ini banyak diminati berbagai kalangan, baik untuk hiburan, berbagi informasi sehari-hari, maupun untuk keperluan berbisnis. Instagram menduduki peringkat kedua sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2022 berdasarkan survei Hootsuite. Instagram mempunyai peluang besar dalam kegiatan promosi. Banyaknya fitur dan *tools* menarik seperti *post*, *story*, *reel*, dan *live* memudahkan para pebisnis untuk melakukan promosi produk secara digital.

Organisasi maupun instansi memanfaatkan Instagram sebagai saluran komunikasi digital dengan masyarakat. Suatu organisasi dapat berbagi informasi berupa berita, program terkini, dan informasi yang perlu disebarluaskan di masyarakat melalui konten yang diunggah di Instagram, membuka kesempatan bagi publik untuk berpartisipasi memberikan opini mereka melalui kolom komentar dan sebagainya. Instagram juga dapat digunakan sebagai media pemasaran karena daya jangkauannya yang luas. Selaras dengan itu, Instagram juga digunakan untuk membangun reputasi dan citra terhadap organisasi untuk mewujudkan manfaat-manfaat tersebut, suatu perusahaan atau individu biasanya membagikan konten-konten yang menarik pada akun Instagram mereka (Sembiring, 2021:21).

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor merupakan salah satu instansi pemerintahan di bawah Pemerintahan Kota Bogor yang memanfaatkan Instagram untuk membagikan konten berbentuk gambar dan video. Konten-konten yang dibagikan di akun Instagram @dinkukmndaginberlari bertujuan untuk membagikan informasi kepada masyarakat luas, memasarkan produk perindustrian dan perdagangan yang berada di Kota Bogor, dan membangun reputasi serta citra instansi. Kehadiran akun Instagram @dinkukmdaginberlari bertujuan untuk membantu Pemerintah Kota Bogor melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor untuk mempromosikan lokasi atau tempat (galeri). Kegiatan usaha dan produk Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Bogor melalui sosial media khususnya Instagram, agar seluruh informasi mengenai Industri Kecil Menengah (IKM) dapat diakses secara luas.

Proses produksi konten ini terdiri dari beberapa tahap yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Laporan akhir ini akan membahas secara lebih lanjut bagaimana proses produksi konten akun Instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor, serta hambatan-hambatan dalam proses produksi konten akun Instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini yaitu:

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



1. Bagaimana proses produksi konten akun instagram @dinkukmdaginberlari di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor?
2. Bagaimana hambatan-hambatan dalam proses produksi konten akun Instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor?

### **Tujuan**

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir berdasarkan perumusan masalah di atas. Tujuan penulisan Laporan Akhir ini diantaranya:

1. Menjelaskan proses produksi konten akun instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor.
2. Menjelaskan hambatan-hambatan dalam proses produksi konten akun instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor.

### **METODE**

#### **Lokasi dan Waktu**

Lokasi pengumpulan data berdasarkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor yang berlokasi di Jalan Dadali No.4 RT 03/RW 06, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Kegiatan PKL telah dilaksanakan selama delapan minggu, dimulai 7 Maret 2022 sampai dengan 29 April 2022. Waktu Praktik Kerja Lapangan berlangsung satu pekan dari hari Senin sampai dengan Jumat selama delapan jam kerja, dimulai dari pukul 07.30 - 16.00 WIB.

#### **Data dan Instrumen**

Ruslan dalam (Susilowati, 2017:49) mengatakan data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan riset (penelitian). Berdasarkan sumbernya data yang dikumpulkan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. **Data Primer**  
Narimawati dalam (Pratiwi, 2017:211) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber, biasanya diperoleh langsung dengan survei lapangan, dan wawancara dengan narasumber. Data primer yang diperoleh selama penulis menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah informasi mengenai proses produksi konten akun Instagram @dinkukmdaginberlari pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor dimulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
2. **Data Sekunder**  
Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain yang sudah tersedia sebelum penulis melakukan penelitian (Herviani & Febriansyah, 2016:24). Data sekunder terdiri dari dua macam yaitu data internal dan data eksternal. Data internal yang diperoleh meliputi data tentang profil instansi dan struktur organisasi yang terdapat pada arsip instansi. Data eksternal diperoleh dari referensi buku, jurnal, dan sumber lain.