

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial selalu berkomunikasi dengan membahas suatu informasi. Saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sudah semakin maju membawa perubahan bagi masyarakat. Informasi menjadi sebuah kebutuhan yang perlu dipenuhi, bahkan informasi dapat dikatakan sebagai bagian penting dari masyarakat. Kemajuan teknologi tersebut ditunjukkan dengan kemudahan memperoleh dan mendistribusikan informasi melalui media massa.

Menurut Tunggal (2020:10) media massa merupakan bagian dari pers yang berfungsi untuk menyampaikan pikiran dan perasaan, baik dengan kata-kata tertulis maupun lisan kepada masyarakat. Media massa dapat dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah media *online* yang saat ini banyak digunakan masyarakat. Kecepatan distribusi informasi dan penyajiannya yang cukup beragam, seperti teks, foto, suara, serta video membuat media *online* memiliki banyak peminat.

Menurut Romli (2018:34), media *online* atau disebut juga sebagai *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) adalah media yang tersaji secara *online* di situs web (website) internet. Informasi yang diperoleh dapat diakses secara cepat oleh khalayak. Media *online* banyak dimanfaatkan oleh situs berita *online*, perusahaan, sampai dengan situs pemerintah untuk mendistribusikan informasi kepada khalayaknya. Salah satu situs pemerintah yang memanfaatkan media *online* adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI).

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan komunikasi dan informatika. Kemkominfo RI dahulu bernama Departemen Penerangan yang dibentuk pada tanggal 19 Agustus 1945, namun sejak tahun 2019 hingga saat ini menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Pada masa Departemen Penerangan bidang kerjanya memegang kuasa dan kendali terhadap arus informasi. Setelah menjadi Kemkominfo RI cakupan bidang kerjanya menjadi lebih luas dengan menangani bidang informatika dan telekomunikasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) sebagai media informasi pemerintah mengharapkan adanya keterbukaan informasi publik.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) memanfaatkan berbagai *platform* media sosial sebagai wadah untuk mendistribusikan informasi kepada publik. Menurut Lestari (2019:11) media sosial adalah tempat untuk orang berkomunikasi antar sesama pengguna secara tidak langsung dan dibutuhkan koneksi internet. Pesatnya perkembangan media sosial saat ini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Media sosial yang digunakan oleh Kemkominfo RI dalam mendistribusikan informasi meliputi Instagram, Facebook, Twitter, Website, Youtube, Tiktok, Line, dan LinkedIn.

Tata kerja Kemkominfo RI terdiri dari 7 unit kerja, salah satunya adalah Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik merupakan salah satu bagian yang mengatur atau mengelola akun media sosial. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik di dalamnya terdapat Direktorat Pengelolaan Media yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



terdiri dari tiga subdit, salah satunya adalah Subdit Audio Visual dan Media Sosial. Pada Subdit Audio Visual dan Media Sosial memegang dua media, yaitu GPR TV dan Indonesiabaik.id.

Indonesiabaik.id sendiri merupakan kanal komunikasi publik pemerintah berbasis media sosial (Instagram, Facebook, Youtube, Twitter) dan situs (Indonesiabaik.id) dikelola oleh Kemkominfo. Konten utama yang disajikan adalah data kinerja, program, dan kebijakan pemerintah yang dikemas dalam format grafis (infografis, motion grafis, videografis, komik, dan e-book). Salah satu media sosial Indonesiabaik.id yang aktif membagikan informasi adalah Instagram.

Hasil riset Hootsuite (We are Social) pada awal tahun 2022 menunjukkan bahwa 99,15 juta orang menggunakan Instagram dari jumlah pengguna media sosial sebanyak 191,4 juta orang. Angka yang cukup tinggi menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu media sosial favorit mengalahkan Twitter dan Tiktok. Jumlah pengguna Instagram yang cukup banyak membuat Indonesiabaik.id aktif membagikan konten yang diproduksi pada media sosial tersebut. Pembuatan konten Instagram Indonesiabaik.id tentunya terdapat beberapa peranan yang bertugas sebagai *content writer*, *content creator*, *editing*, video grafis, hingga *social media specialist*.

Peranan *content writer* dalam proses produksi konten sangatlah penting. *Content writer* memiliki peranan untuk mencari ide konten dan menyusun sebuah naskah konten sebelum masuk ke dalam produksi. Konten yang sudah lulus koreksi dan selesai diproduksi, nantinya akan dipublikasikan pada salah satu media sosial Instagram Indonesiabaik.id. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis akan membuat laporan tugas akhir dengan judul “Peranan *Content Writer* dalam Proses Produksi Konten Instagram Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika.”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Apa itu Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika?
- 2) Bagaimana peranan *content writer* dalam proses produksi konten Instagram Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika?
- 3) Apa saja hambatan serta solusi yang dialami *content writer* dalam proses produksi konten Instagram Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan tentang Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- 2) Menjelaskan peranan *content writer* dalam proses produksi konten Instagram Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- 3) Menjelaskan hambatan serta solusi yang dialami *content writer* dalam proses produksi konten Instagram Indonesiabaik.id di Kementerian Komunikasi dan Informatika.