

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Humas memegang peran penting dalam membangun citra suatu instansi, apabila citra yang dibentuk positif maka yang diterima masyarakat juga positif. Sebaliknya apabila citra yang dibentuk negatif maka terbentuklah citra negatif di masyarakat. Humas mempunyai tanggung jawab untuk memajukan misi instansi yang diwakilinya untuk memperoleh dukungan masyarakat dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh opini dan sikap positif dari kedua belah pihak (Novianti et al., 2020, p. 2).

Humas suatu instansi harus mempunyai kemampuan dalam mengelola berbagai sumber dan media sosial agar dapat menyampaikan informasi terkait instansi tersebut kepada masyarakat secara benar dan akurat. Dengan adanya media sosial, Humas Polda Jawa Timur dapat menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat. Hal ini dapat menunjang pembangunan citra instansi Polda Jawa Timur. Melihat adanya peluang yang besar pada media sosial, Humas Polda Jawa Timur memanfaatkan kecanggihan media sosial sebagai alat penyampaian informasi, mengedukasi masyarakat dan mendokumentasi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan polri, hal ini dilakukan sebagai suatu bentuk layanan Humas Polda Jawa Timur kepada masyarakat dan meningkatkan citra positif instansi.

Dalam membangun citra positif instansi diperlukan orang-orang yang mampu berinteraksi dengan masyarakat. Salah satunya adalah profesi konten kreator yang mengutamakan visual dan video sebagai elemen penting untuk

menyampaikan pesan dan berkomunikasi melalui konten. Konten kreator akan menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media digital yaitu media sosial yang mengutamakan konten seperti *Tik Tok*, *Instagram*, *Twitter* dan lain-lain (Maeskina & Dasrun Hidayat, 2022, p. 21).

Luasnya cakupan tugas kehumasan membuat tanggung jawab konten kreator instansi pemerintah berbeda dengan tanggung jawab konten kreator pada umumnya. Humas instansi pemerintahan memiliki protokol dan peraturannya sendiri. Instansi pemerintahan memiliki strategi komunikasi dengan berbagai jenis regulasi, sehingga dibutuhkan keseimbangan antara regulasi dengan kreativitas. Hal ini bertujuan untuk merelevankan antara kreativitas dengan selera masyarakat agar konten yang diproduksi menjadi penyambung kebijakan instansi pemerintahan dan tetap menjaga kredibilitas instansi.

Polda Jawa Timur khususnya pada bidang Humas memiliki empat bidang seperti Subbagrenmin, Subbid Penmas, Subbid PID dan Subbid Multimedia. Pada Sub bidang Multimedia bertugas memproduksi dan menyebarkan konten-konten untuk media sosial humas Polda Jatim seperti *Instagram*, *Tik Tok*, *Facebook*, *YouTube* dll. Subbid Multimedia memiliki tiga kaur yaitu Kaur Produk Kreatif, Kaur Pemanalis dan Kaur Disindig.

Kaur Produk Kreatif adalah kaur yang memproduksi konten. Konten yang dihasilkan di *instagram* berupa konten himbauan, liputan kegiatan polri, Info lalu lintas, info orang hilang, ucapan hari besar nasional dan internasional. Penulis diberi kesempatan untuk menjadi konten kreator Humas Polda Jawa Timur. Penulis ditempatkan pada Sub bidang Multimedia Kaur Produk Kreatif dan ikut andil dalam

pembuatan konten, untuk dapat merasakan menjadi konten kreator maka diperlukan praktik bukan hanya teori agar dapat merasakan keterkaitan antara teori dan kerja nyatanya.

Kerja Praktik akan dilakukan selama dua bulan termasuk hari libur sabtu dan minggu di Polda Jawa Timur. Dalam kerja praktik ini, penulis harus mampu membuat konten yang memuat informasi, mengedukasi dan membangun citra instansi dengan melalui pembuatan konten yang *dipublish* di media sosial. Kerja praktik ini dapat melatih penulis untuk bersikap profesional, tanggap dan melatih untuk menjalin hubungan dengan berbagai karakter, Sehingga hal ini dapat membentuk diri dan cara untuk mempersiapkan penulis di dunia kerja.

Mengetahui proses kinerja Humas Polda Jawa Timur yang dituntut untuk mengikuti perkembangan era digital, dan memberikan informasi yang aktual dan cepat. Penulis ingin mempelajari dan ikut andil dalam praktik aktivitas yang diberikan oleh divisi Humas Polda Jawa Timur khususnya di Subbid Multimedia Kaur Produk Kreatif.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Pada bidang kerja praktik ini penulis akan berfokus pada peran konten kreator subbid Multimedia Kaur Produk Kreatif di Polda Jawa Timur, bagaimana seorang konten kreator membuat konten yang dapat mengedukasi dan mempertahankan citra positif instansi kepada seluruh masyarakat Jawa Timur terutama pada media sosial yaitu *social media management*.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

I.3.1 Tujuan Umum

Penulis mampu menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan serta mendapatkan pengalaman terkait di lingkungan kerja yang nyata dan menambah pengetahuan penulis terutama pada peran konten kreator pada bidang multimedia di Humas Polda Jatim

I.3.2 Tujuan Khusus

Penulis dapat memahami aktivitas kerja divisi humas sebagai seorang konten kreator sub bidang Multimedia kaur Produk Kreatif dalam institusi Polda Jawa Timur dan mendapatkan pengalaman praktis/ kerja dalam bidang kehumasan.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Melalui kerja praktik ini manfaat yang didapatkan, yaitu:

I.4.1 Bagi Penulis

1. Mengetahui pengetahuan lebih mengenai praktik unsur kinerja dalam kehumasan bagi instansi besar seperti kepolisian daerah Jawa Timur.
2. Mempraktikan dengan memperdalam teori yang telah didapatkan selama perkuliahan

3. Mengetahui peran konten kreator di Humas Polda Jatim dalam mengedukasi masyarakat dan mempertahankan citra positif untuk aparat kepolisian khususnya di daerah Jawa Timur dengan melalui media sosial.

I.4.2 Bagi Humas Polda Jatim

Mengetahui pengetahuan lebih mengenai praktik unsur kinerja dalam kehumasan bagi instansi besar seperti Kepolisian Daerah Jawa Timur.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Hubungan Masyarakat

Humas berfungsi sebagai wadah keluar masuknya informasi untuk masyarakat. Humas dapat dikatakan sebagai penghubung antara instansi dan masyarakat. Informasi dan masukan dari masyarakat akan disampaikan humas kepada pimpinan selaku pelaku kebijakan. Humas Instansi mempunyai peranan yang penting sebagai penyampai informasi dari instansi pemerintahan kepada masyarakat mengenai kebijakan pemerintah. Menurut Onong Uchjana Effendy, Humas pemerintahan mempunyai dua tugas yaitu,

1. Menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil.
2. Menerangkan dan mendidik masyarakat sesuai dengan perundang-undangan yang bersangkutan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari (Permatasari, 2017, p. 71).

Menurut peraturan perundang-undangan pasal 39 sub bagian Humas, mempunyai beberapa tugas, yaitu (Novianti, 2020:2):

1. Mengumpulkan informasi untuk menyelaraskan kepentingan instansi dengan kebutuhan masyarakat.
2. Menyusun berita mengenai kegiatan instansi dalam bentuk *release* berita dan menyajikannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Melakukan kerjasama dengan pers media cetak dan elektronik sebagai upaya publikasi kegiatan.
4. Menganalisa dan memberikan Informasi kegiatan instansi kepada masyarakat dan pers.
5. Melaksanakan klarifikasi pemeberitaan di media dan menjaga agar tidak terjadinya kesalahpahaman informasi dan menyaring informasi dari masyarakat

I.5.2 Media Sosial

Menurut Carr dan Hayes (2015) Media sosial adalah media yang berbasis internet dan memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dengan khalayak luas (Wahyudin & Adiputra, 2019, p. 26). Media sosial menurut Hidayatullah (2020) adalah layanan daring yang memungkinkan pengguna mengikuti, mengomentari dan menyebarkan konten dengan berbagai format seperti foto, video dan tulisan (Sutrisno & Mayangsari, 2021, p. 119).

Instagram adalah media sosial yang digunakan oleh pengguna untuk menyebarkan informasi berupa gambar, foto, video dan caption (Sutrisno & Mayangsari, 2021, p. 123). Instagram saat ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak seperti perusahaan dan instansi pemerintahan sebagai sarana komunikasi dan

penyampaian informasi yang dinilai memiliki karakteristik positif, transparan, dan terkini.

Penggunaan media sosial dalam instansi pemerintahan memiliki empat tujuan yaitu,

1. Berbagi (*sharing*) penyebarluasan informasi yang dianggap penting untuk masyarakat
2. Partisipasi Publik (*Public Participation*) membuka peluang kepada masyarakat untuk memberikan opininya terhadap instansi tersebut melalui kolom komentar
3. Kolaborasi (*Collaboration*) melakukan kolaborasi dengan *influencer*, tokoh masyarakat dll untuk mencapai tujuan bersama
4. Penanggulangan Resiko (*Risk Manajement*) menanggulangi berita-berita hoax sampai ujaran kebencian (Thifalia, 2021, p. 44).

I.5.3 Proses Pembuatan Konten

Sebelum memproduksi sebuah konten akan ada beberapa proses yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi (Maulana & Fatmawati, 2018, p. 62-63).

1. Praproduksi: tahapan ini merupakan tahapan perencanaan, diantaranya adalah penemuan ide, perencanaan dan persiapan.
2. Produksi: setelah menemukan ide, perencanaan dan persiapan maka proses produksi siap dilaksanakan.
3. Pascaproduksi: merupakan tahap penyelesaian dan penyempurnaan dari proses produksi. Selain itu pascaproduksi juga merupakan tahap mengevaluasi konten yang telah diproduksi.

I.5.4 Konten Kreator

Penggunaan media sosial saat ini dimanfaatkan untuk membangun *branding* instansi, seperti konten kreator suatu instansi pemerintahan. Dapat disimpulkan bahwa konten kreator adalah wujud aktivitas Humas atau PR yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah konten yang sesuai dengan identitas dan *branding* instansi (Sundawa, 2018, p. 438).

Konten Kreator adalah orang-orang yang membuat materi konten yang memiliki nilai edukasi dan hiburan (Tiara Gian, 2021, p. 15). Konten kreator merupakan kegiatan untuk menyebarkan informasi yang ditransformasikan berupa foto, video serta tulisan yang disebut sebagai konten. (Maeskina & Dasrun Hidayat, 2022, p. 21). Selain di depan layar, konten kreator juga dapat berperan dibalik layar. Konten kreator harus mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam hal menulis, pengambilan foto, merekam video, dan mengedit video (Khalim, Muchammad, 2021, p. 10).

Tugas konten kreator yaitu (Hariyanto & Aditya Putera, 2022, p. 250):

1. Mengumpulkan ide, data, riset dan membuat konsep
2. Menghasilkan konten sesuai dengan identitas dan *branding*
3. Membuat konten sesuai dengan tujuan yang telah disepakati

Hal yang perlu diperhatikan saat mengembangkan media sosial untuk instansi pemerintahan adalah dengan menentukan pesan utamanya. Strategi ini adalah acuan untuk setiap konten yang akan *dipublish* di media sosial instansi pemerintahan. Pesan yang disampaikan merupakan hasil sinergi antara visi dan misi instansi (Thifalia, 2021, p. 44).

Selain menyampaikan visi dan misi instansi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat konten dan memanfaatkan media sosial instansi pemerintah yaitu menjunjung tinggi dan menaati etika.

1. Menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah.
2. Memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran dan integritas.
3. Menegakkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah.
4. Menyampaikan dan menerima informasi masyarakat yang benar, tepat dan akurat.
5. Menghargai, menghormati dan membina solidaritas serta nama baik instansi dan perorangan (Thifalia, 2021, p. 44).