

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang**

Proses pembuatan adalah terjadinya perubahan secara bertahap pada suatu proyek atau karya. Banyak perubahan yang dapat terjadi dalam suatu proses karena seluruh sisi dalam sebuah proyek harus dirancang dan disusun agar hasilnya maksimal. Pada kerja praktik ini penulis membuat konten tentang pemberian informasi dan motivasi selama pandemi. Konten merupakan informasi yang tersedia pada media elektronik. Isi konten dapat terdiri dari berbagai macam, bisa berupa audio visual atau video, visual atau poster dan audio atau podcast.

Informasi pada tayangan konten disampaikan melalui saluran komunikasi secara online yaitu media sosial. Media sosial adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi terhadap khalayak umum atau biasa disebut dengan media massa. Menurut Bungin (dalam Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin 2015: 76) susunan media massa dilakukan dengan mengoreksi kekurangan yang ada dan melengkapi model-model atas kebenaran yang ada.

Menurut Elvinaro Ardianto (2017: 18) media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, dan pemirsa. Media massa tersebut akan ditujukan kepada banyak orang karena khalayak selalu haus akan informasi baru. Sedangkan menurut John Fiske (2016: 4-5) informasi merupakan prediktabilitas sinyal atau bentuk fisik pesan yaitu gelombang di

udara. Gelombang tersebut dapat diukur menggunakan satuan “*bit*” yang merupakan gabungan dari “*binary digit*” sebagai dasar dari komputer.

Informasi berasal dari bahasa Perancis kuno “*informacion*” yang diambil dari bahasa Latin *informare*, artinya adanya pengetahuan yang disampaikan”. Setiap khalayak membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuan, bahan beropini dan dasar membuat keputusan. Namun informasi juga dapat dikatakan tidak pasti dan dapat diukur menggunakan alternatif pilihan yang ada.

Motivasi adalah minat dalam diri untuk mencapai sesuatu atau tujuan tertentu. Terdiri dari kata *motive* yang artinya adalah dorongan pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan (*driving force*). Dorongan tersebut tidak berdiri sendiri dan dipengaruhi banyak faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal sehingga disebut motivasi. Dengan adanya motivasi dapat membuat khalayak menjadi lebih bersemangat dan mau berusaha untuk mencapai apa yang diinginkan. Konten berisikan informasi dan motivasi selama pandemi tersebut akan ditampilkan di Instagram.

Pandemi yang sedang terjadi adalah serangan virus Corona (*Coronaviruses* atau CoV) yang dapat menyebabkan penyakit flu biasa menjadi lebih parah. Jika terinfeksi virus tersebut belum tentu semua orang akan mengalami gejala awal dari virus Corona. Butuh waktu 14 hari untuk melihat tanda apakah benar seseorang terinfeksi virus Corona. Virus ini sangat mudah menular kepada lingkungan sekitar. Maka dari itu

seseorang yang terinfeksi virus Corona harus diisolasi atau dikurung secara individu.

Ciri-ciri orang yang terinfeksi virus Corona dapat dibagi menjadi dua. Ciri-ciri pertama ditujukan kepada orang yang mengalami gejala lebih rendah. Ciri tersebut adalah demam, batuk dan sesak nafas. Sedangkan ciri-ciri kedua ditujukan kepada orang yang mengalami gejala lebih tinggi. Ciri-cirinya adalah sulit bernafas atau nafas pendek, nyeri atau sakit di bagian dada, pusing serta kesulitan menggerakkan tubuh dan wajah terlihat membiru. Virus Corona merupakan sesuatu yang berbahaya karena dapat menyebabkan kematian.

Dikutip dari *liputan6.com* terdapat protokol yang harus dilakukan ketika keluar rumah. Protokol tersebut adalah gunakan masker, lapisi tangan dengan tissue untuk menyentuh sesuatu, rajin cuci tangan dan menggunakan *handsanitizer* serta tetap menjaga jarak minimal 1 meter. Aturan-aturan tersebut ditetapkan untuk mencegah penularan virus Corona. Selain itu juga terdapat aturan lain untuk mengurangi terjadinya penularan virus Corona. Aturan tersebut seperti adanya *daring* atau bersekolah secara *online*, *work from home* (WFH) dan batasan waktu untuk mengunjungi tempat-tempat umum.

WFH merupakan bekerja yang dilakukan di rumah sehingga pekerjaannya tidak perlu keluar dari rumah dan bertatap muka dengan banyak orang dikutip dari *djkn.kemenkeu.go.id*. Menurut Crosbie & Moore (2004) bekerja yang dilakukan dari rumah berarti berbayar tapi

dapat dilakukan dengan lebih fleksibel sehingga tetap menguntungkan karyawan dan perusahaan.

Berdasarkan terjadinya pandemi banyak terdapat masalah sosial yang dapat menghambat terpenuhinya keinginan masyarakat (Soekanto, 2013). Dikutip dari *puspensos.kemsos.go.id* masalah sosial tersebut dapat timbul berdasarkan pada kekurangan yang disebabkan oleh kelangkaan barang, tindakan kriminal, lemahnya tim pariwisata serta angka kemiskinan dan pengangguran yang semakin meningkat.

Dikutip dari *bbc.com* pada Senin 23/11 Kementerian Kesehatan merilis terdapat 502.110 jiwa di Indonesia dinyatakan positif terinfeksi virus corona. Sedangkan berdasarkan data di Jawa Timur yang dikutip dari *surabaya.liputan6.com* jiwa yang terinfeksi virus corona sebanyak 54.865. Sebanyak 48.812 jiwa dinyatakan sembuh, 3.913 jiwa meninggal, dan 2.140 jiwa masih dirawat. Sedangkan di Surabaya 16.290 jiwa terinfeksi virus corona dimana 15.042 dinyatakan sembuh dan 1.183 meninggal dunia.

Seperti yang dikatakan Kepala Seksi Kepatuhan Internal Kanwil DJKN Jawa Barat WFH memiliki beberapa kekurangan. Kekurangan pertama adalah hilangnya motivasi kerja karena suasana yang berbeda dan godaan yang lebih banyak. Kekurangan kedua yaitu banyaknya gangguan kerja seperti mengurus anak yang juga sedang melakukan daring. Kekurangan ketiga adalah seringnya terjadi *miss communication* jika pegawai jarang online dan susah dihubungi.

Masalah tersebut digunakan penulis sebagai bahan kerja praktik yang bertujuan memberikan motivasi kepada para ibu untuk menghadapi protokol yang diberikan semasa pandemi. Selain itu penulis membuat konten tersebut untuk membantu para ibu untuk menghadapi perubahan gaya hidup semasa pandemi. Serta membantu para ibu agar tidak mengalami kejenuhan dan stres karena aktivitas yang monoton. Konten yang dibuat oleh penulis akan ditayangkan di instagram karena aplikasi tersebut telah banyak dikenal orang.

Awal berdirinya Instagram dimulai ketika di Amerika Serikat terdapat Kevin Systrom dan Mike Krieger yang merupakan lulusan Stanford University. Mereka dulunya pernah bekerja di Twitter dan Google dimana kemudian mendirikan proyek yang dikenal dengan Burbn. Burbn merupakan proyek aplikasi yang dapat dipadukan dengan fotografi *mobile* sehingga khalayak dapat saling berbagi foto dan melakukan *check in* pada suatu lokasi. Aplikasi tersebut kemudian dikembangkan sehingga dapat saling berbagi foto dan video. Selain itu para pengguna juga dapat memberikan *likes* dan *comments*.

Aplikasi tersebut kemudian diberi nama Instagram. Nama instagram berasal dari kata “Insta” yang artinya adalah instan dan “gram” yang artinya adalah telegram. Dua kata tersebut kemudian digabungkan menjadi Instagram. Artinya aplikasi tersebut digunakan untuk mengirimkan informasi berupa foto dan video seperti telegram sehingga

pengirimannya dapat dilakukan dengan cepat dan tersaji instan. Instagram resmi dirilis di App Store pada 6 Oktober 2010.

## **I.2. Bidang Kerja Praktik**

Kerja praktik ini akan melakukan pembuatan konten yang ditujukan kepada ibu-ibu. Karena ibu-ibu cenderung merasa bingung dan gelisah untuk mengambil jalan keluar dari masalah-masalah yang menyimpannya. Konten yang akan dibuat dalam kerja praktik online ini berisi tentang *quotes* atau potongan-potongan kata. Quotes tersebut dapat membantu ibu-ibu untuk menentukan solusi. Terlebih pada masalah yang menimpa selama berlangsungnya pandemi.

## **I.3. Tujuan Kerja Praktik**

Kerja praktik yang dilakukan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan para ibu dalam melakukan kegiatan secara online semasa pandemi. Konten ini dibuat untuk memberikan motivasi kepada para ibu dalam menghadapi batasan-batasan yang dilakukan di luar rumah semasa pandemi. Konten kerja praktik ini akan ditayangkan di media sosial instagram. Karena Instagram merupakan aplikasi sosial media yang mudah diakses dan dikenal banyak orang termasuk para ibu.

## **I.4. Manfaat Kerja Praktik**

Pada kerja praktik yang dilakukan penulis dapat membantu menghilangkan rasa jenuh karena banyak rutinitas yang dilakukan

dirumah selama pandemi. Selain itu penulis berharap pembuatan konten di Instagram ini dapat memberikan informasi dan motivasi dalam melakukan kegiatan melalui media online. Penulis jadi lebih bisa memahami bagaimana proses pembuatan konten yang ditayangkan di dunia nyata.

Semasa pandemi banyak aktivitas yang dibatasi sehingga kegiatan di luar rumah sulit dilakukan. Hal tersebut membuat ibu-ibu menjadi jenuh karena banyak rutinitas yang dilakukan di rumah. Kerja praktik yang dilakukan oleh penulis adalah membuat konten yang dapat membantu para ibu untuk mengurangi rasa jenuh. Selain itu para ibu juga dapat menggunakan fasilitas online untuk melakukan kegiatannya.

#### **I.4.2. Bagi Saya**

Pada kerja praktik yang dilakukan secara online ini penulis memilih untuk membuat konten. Karena penulis bisa mendapatkan pelajaran dan materi baru tentang cara membuat konten yang dapat menarik pembaca. Manfaat lain yang diterima penulis adalah dapat mempelajari cara-cara untuk menghadapi permasalahan yang terjadi selama pandemi. Selain itu juga dapat meningkatkan rasa percaya diri penulis.

### **1.5. Tinjauan Pustaka**

#### **I.5.1 Informasi dan Motivasi**

Komunikasi mulai dibicarakan oleh setiap khalayak setelah terjadinya Perang Dunia I. Sejak saat itu komunikasi menjadi pusat perhatian dan selalu dilakukan oleh setiap khalayak. Kemudian dilanjut setelah Perang Dunia ke II dimana ilmu pengetahuan sosial menjadi semakin dikenal. Komunikasi menjadi salah satu faktor untuk mengambil sebuah keputusan. Karena komunikasi dibutuhkan untuk menyampaikan sesuatu. Akhirnya komunikasi mulai digunakan oleh khalayak.

Seiring dengan berjalannya waktu komunikasi mengalami banyak perkembangan. Dimana letaknya terdiri dari bentuk dan arah yang berbeda. Perbedaan tersebut kemudian dapat menghasilkan teori-teori baru. Hingga saat ini teori-teori tersebut selalu digunakan dalam proses penelitian. Selain itu teori-teori komunikasi juga mulai diterapkan dan dilihat dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Hafied Cangara (2018:23) definisi komunikasi terdiri dari berbagai macam, ada yang mendefinisikan secara panjang ada juga yang secara pendek. Salah satunya komunikasi dipahami sebagai hal yang dapat mempengaruhi perubahan terhadap seorang khalayak. Selain itu komunikasi juga dipahami sebagai terjadinya proses sebab akibat. Menurut Dance dan Larson (2005:3) dalam Hafied Cangara (2018:25) hingga tahun 1976 telah ada 126 definisi komunikasi. Komunikasi adalah simbol-simbol untuk menyampaikan informasi.

Adanya informasi dapat dikaitkan dengan beberapa hal lain seperti adanya hal-hal baru, adanya ilmu pengetahuan, serta isu-isu yang belum diketahui kebenarannya. Menurut Fisher (1986) dalam Sendjaja (1993: 4.3-4.6) yang ditulis kembali dalam Sri Moerdjati (2016:104) konsep informasi dapat dikelompokkan dalam tiga tindakan. Dimana tindakan tersebut memiliki arti dan pemahaman yang berbeda-beda.

Pertama informasi merupakan tindakan untuk menunjukkan data atau fakta yang dapat diperoleh selama berlangsungnya komunikasi. Informasi dikonsep sebagai jumlah fisik yang dapat dipindahkan dari satu titik ke titik lain. Kedua informasi digunakan untuk menunjukkan makna dari suatu data. Data yang disampaikan dikatakan mengandung informasi apabila penerimanya menganggap data tersebut memiliki arti. Ketiga ketidakpastian dalam sebuah informasi dapat diukur dengan cara mengurangi alternatif pilihan yang ada karena informasi bersifat selektif atau memilih.

Secara garis besar motivasi merupakan dorongan yang dapat memberikan semangat untuk mencapai suatu tujuan atau hal yang diinginkan. Berikut terdapat beberapa pengertian dari para ahli mengenai motivasi. Menurut Djamarah (2002:118) motivasi merupakan gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang terdapat pada diri seseorang baik dalam keadaan sadar ataupun tidak dengan tujuan tertentu. Motivasi sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu

motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri, sedangkan motivasi ekstrinsik adalah dorongan yang disebabkan oleh faktor dari luar.

Berikut terdapat dua faktor psikologis yang menyebabkan munculnya sebuah motivasi. Faktor pertama adalah faktor internal, faktor ini muncul ketika seorang khalayak memiliki sebuah keinginan individu untuk meraih prestasi dan melakukan tanggung jawab dalam hidupnya. Faktor-faktor tersebut seperti adanya kebutuhan, tanggung jawab, harapan dan kepuasan kerja. Faktor kedua adalah faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri khalayak. Seperti hal-hal tentang pekerjaan dan hubungan interpersonal atau hubungan dengan banyak orang.

Kerja praktik ini bermaksud melakukan komunikasi kepada para ibu. Menurut Littlejohn dan Karen Foss (2011:5) komunikasi adalah penyampaian informasi. Komunikasi tersebut akan disampaikan melalui konten yang tayang di instagram. Informasi yang akan dibahas berisikan tentang motivasi atau saran kepada para ibu dalam menghadapi masalah selama pandemi. Penyampaiannya akan dilakukan dalam bentuk gambar dan video agar mudah dipahami oleh para ibu.

### **I.5.2. Instagram**

Instagram merupakan media sosial yang saat ini sedang berada di posisi atas atau sedang dikenal banyak khalayak. Sosial media ini biasa digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara umum. Selain untuk menyampaikan informasi, baru-baru ini instagram juga banyak digunakan para khalayak untuk menyalurkan kreatifitas. Kreatifitas tersebut bisa disalurkan melalui konten yang mereka buat. Mereka dapat menayangkan konten atau informasi melalui akun instagram pribadi atau akun yang dibuat khusus untuk menayangkan konten.

Dalam instagram konten dapat ditayangkan melalui dua cara. Cara pertama melalui *instastories* dan cara kedua melalui *feed* atau halaman utama. Perbedaan antara *instastories* dengan *feed* hanya terdapat pada proses penayangannya. Jika menggunakan *instastories* konten hanya akan tayang selama 1 x 24 jam. Sedangkan jika menggunakan halaman utama konten akan menetap dan terus tayang kecuali pemilik akun yang menghapus iklan tersebut.

Konten yang tayang di instagram termasuk dalam konten online. Konten online adalah konten yang dibuat dengan teknologi sehingga lebih mudah diakses. Menurut Mayfield pada konten online yang terdapat dalam media sosial terdiri dari beberapa karakter yaitu:

1. Partisipasi

Adanya *social media* dapat membantu terjadinya umpan balik dalam proses komunikasi.

## 2. Keterbukaan

Umpan balik yang terjadi dalam *social media* jadi terbuka sehingga khalayak dapat memberikan komentar satu sama lain.

## 3. Percakapan

*Social media* dikenal sebagai komunikasi secara dua arah.

## 4. Komunitas

Dengan adanya *social media* dapat membantu khalayak untuk membentuk komunitas dengan lebih cepat.

## 5. Konektivitas

*Social media* lebih mudah berkembang jika terhubung pada sumber atau situs web.

### **I.5.3 Membuat Konten Instagram**

Konten instagram akan menjelaskan tentang informasi dan motivasi. Informasi adalah kabar tentang suatu hal yang diberitahukan. Informasi. Fisher (1986) dalam Sendjaja (1993: 4.3-4.6) yang ditulis kembali dalam Sri Moerdjati (2016:104) menjelaskan bahwa informasi dapat dikelompokkan dalam tiga hal berbeda. Tiga hal tersebut adalah untuk menunjukkan data atau fakta, makna dari suatu data, serta adanya ketidakpastian dalam informasi.

Motivasi adalah gejala psikologis berupa dorongan atau semangat yang terdapat pada diri seseorang. Dorongan tersebut dapat dilakukan dalam keadaan sadar ataupun tidak dan memiliki tujuan

tertentu (Djamarah, 2002: 118). Motivasi terbagi menjadi dua, yaitu motivasi intrinsik atau dorongan dari dalam diri dan motivasi ekstrinsik atau dorongan berdasarkan dari luar.

Konten merupakan informasi yang disampaikan melalui media perantara. Media perantara tersebut dapat berupa majalah atau buku. Namun selain itu juga terdapat media perantara lain yaitu media elektronik. Media elektronik tersebut dapat berupa Youtube, Instagram, atau media sosial lainnya. Konten yang disampaikan dengan media perantara elektronik disebut dengan konten media (*media content*)

Informasi yang disampaikan melalui konten media (*media content*) terdiri dari berbagai bentuk. Baik hanya dalam bentuk audio, gambar, maupun video. Konten-konten tersebut dapat dilihat melalui berbagai macam aplikasi yang ada di media online. Munculnya konten baru biasa ditandai dengan adanya produksi penerbitan web di media baru. Konten media sendiri terbagi menjadi dua jenis yang kemudian dapat dibagi lagi sesuai dengan jenisnya.

Jenis pertama adalah konten media dalam konteks jurnalistik. Dalam konteks tersebut konten media terbagi menjadi tiga yaitu berita, artikel dan *feature*. Sedangkan pada jenis kedua adalah konten media online yang dilihat dari segi format. Konten media terbagi menjadi empat jenis yaitu teks atau tulisan, gambar atau foto dan

karikatur. Selain itu juga terdapat jenis lainnya seperti audio yang biasa disampaikan melalui podcast dan video yang disampaikan melalui youtube.

Konten dalam bentuk gambar yang disampaikan melalui instagram juga melakukan sebuah komunikasi. Dikatakan begitu karena komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan dan kegiatan sehari-hari. Dalam kegiatan tersebut biasanya setiap khalayak saling bertukar pikiran. Konten-konten yang ditayangkan di instagram dapat dibuat sebaik mungkin sehingga dapat menarik perhatian khalayak untuk melihat dan membaca konten tersebut. Berikut terdapat tips atau beberapa cara dari website [alona.co.id](http://alona.co.id) untuk membuat konten instagram yang menarik :

1. Tentukan Tema

Langkah pertama dalam membuat konten tentukan tema atau pokok pikirannya. Sesuaikan tema dengan target atau sasaran dari konten yang dibuat. Contohnya konten yang dibuat pada kerja praktik ini, konten ditujukan untuk ibu-ibu. Jadi tema yang digunakan harus sesuai dengan selera ibu-ibu. Tujuannya untuk menarik perhatian para ibu agar mereka mau melihat konten tersebut.

2. Gunakan Kolase

Setelah tema telah ditentukan, langkah selanjutnya adalah menggunakan kolase untuk menampilkan foto atau gambar.

Gambar dapat ditampilkan dari berbagai sisi. Selain itu kolase juga dapat digunakan untuk menampilkan potongan-potongan kata. Seperti konten pada kerja praktik ini, tampilannya berbentuk kolase atau potongan-potongan kalimat. Tujuannya untuk mempersingkat kalimat sehingga lebih mudah dipahami.

### 3. Gunakan Editor Photo

Selain menggunakan kolase, konten akan menjadi lebih menarik jika ditampilkan dengan editor photo. Editor photo adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat tayangan konten menjadi lebih cantik. Seperti mengatur *brightness*, *contrast*, *filter* dan masih banyak lagi. Seperti pada konten yang dibuat telah ditambahkan beberapa efek dan hiasan sehingga konten menjadi menarik perhatian. Tujuannya agar pembaca tidak merasa jenuh atau bosan ketika membaca konten tersebut.

### 4. Mempercantik Caption

Caption adalah penjelasan tentang sebuah gambar atau foto. Pada instagram caption digunakan untuk menjelaskan konteks dari konten yang di *upload* atau diunggah. Gunakan bahasa yang menarik dan mudah dipahami. Seperti pada konten yang dibuat, caption disampaikan dalam bentuk dialog seolah-olah komunikasi sedang dilakukan antara ibu dengan

anaknyanya. Jika caption tersebut dapat menarik *viewers* artinya proses mempercantik caption berhasil.

#### 5. Gunakan Instagram *Story*

Instagram *Story* atau biasa disingkat dengan instastory adalah tempat untuk menyampaikan potongan-potongan cerita. Cerita tersebut hanya akan tayang selama 24 jam saja. Akan terkesan menarik apabila instastory berhasil menayangkan kegiatan *behind the scene* selama proses pembuatan konten. Seperti konten yang dibuat selama kerja praktik ini. Sebelum konten tersebut ditayangkan di *feed* pembuat konten berusaha menampilkan potongan-potongan gambar atau kegiatan di *instasory* sehingga dapat menarik perhatian penonton.

#### 6. Waktu *Posting*

Jika akan memposting potongan konten di instastory perlu diperhatikan waktunya. Waktu tersebut biasa dikatakan dengan *prime time* yaitu pada pukul 11.00, 15.00 dan 21.00. Pada jam-jam tersebut biasanya pengguna instagram sedang asik melihat akun mereka. Tujuannya adalah agar potongan konten yang di *upload* dapat dilihat oleh banyak khalayak. Jika konten tersebut dapat menarik perhatian maka jumlah pengikutnya akan semakin bertambah yang artinya konten tersebut semakin dikenal oleh banyak khalayak.