

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan kerja praktik merupakan salah satu program pembelajaran pada kurikulum Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pelaksanaan kerja praktik ini didasarkan atas pemikiran mengenai pentingnya pengalaman mahasiswa dalam mengenal kancah dunia kerja yang sesuai dengan kompetensi kelulusannya. Oleh karena itu, kegiatan kerja praktik ini merupakan aplikasi yang bersifat terapan dari pemahaman teoritik-konseptual yang diperoleh selama menimba ilmu di bangku kuliah yang dapat dipandang sebagai media implementasi pengayaan diri.

Dimana dalam kerja praktik penulis memilih Hubungan Masyarakat (Humas) Polrestabes Kota Surabaya di Jl. Sikatan No.1, Krembangan Sel., Kec. Krembangan, Surabaya, Jawa Timur 60175. Dalam kegiatan kerja praktik tersebut penulis berharap dapat mempelajari dan menerapkan teori yang penulis dapatkan di bangku kuliah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta mampu memahami bagaimana cara melayani masyarakat dengan baik. Program kerja praktik memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengenal lebih baik dunia kerja yang menjadi tujuan untuk berkarir dalam dunia profesi berikutnya setelah menyelesaikan bangku perkuliahan.

Hubungan Masyarakat (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 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. Melalui adanya media sosial, Humas Polrestabes Surabaya dapat menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat. Hal ini dapat menunjang pembangunan citra instansi Polrestabes Surabaya. Melihat adanya peluang yang besar pada media sosial, Humas Polrestabes Surabaya memanfaatkan kecanggihan media sosial sebagai alat penyampaian informasi, mengedukasi masyarakat dan mendokumentasi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan Polri.

Luasnya cakupan tugas kehumasan membuat tanggung jawab sebagai 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.

Polrestabes Surabaya khususnya pada bidang Humas memiliki bidang konten video bertugas memproduksi dan menyebarkan konten-konten untuk media sosial seperti Instagram dan Tik Tok. Humas Polrestabes memiliki akun Instagram dan tiktok @humaspolrestabessurabaya. Melalui konten yang dihasilkan di instagram maupun tiktok berupa konten himbauan, liputan kegiatan Polri, *press*

release. Penulis diberi kesempatan untuk melihat apa saja aktivitas produksi konten video di Humas Polrestabes Surabaya. Maka diperlukan praktik bukan hanya teori agar dapat merasakan keterkaitan antara teori dan kerja nyatanya.

Kerja Praktik ini dilakukan selama dua bulan setiap hari, kecuali hari minggu. Melalui kerja praktik ini, akan di sampaikan dengan detail mengenai aktivitas produksi pada akun Instagram @humaspolrestabessurabaya. 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.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Pada bidang kerja praktik ini penulis akan berfokus pada peran konten kreator video di Polrestabes Surabaya, bagaimana seorang konten kreator membuat konten yang dapat mengedukasi dan mempertahankan citra positif instansi kepada seluruh masyarakat Surabaya terutama pada media sosial yaitu media sosial.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 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 aktivitas peran konten kreator video di Humas Polrestabes Surabaya.

1.3.2 Tujuan Khusus

Penulis dapat memahami aktivitas kerja divisi humas sebagai seorang konten dalam institusi Polrestabes Surabaya dan mendapatkan pengalaman praktis/ kerja dalam bidang kehumasan.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Bagi Penulis

1. Mengetahui pengetahuan lebih mengenai praktik unsur kinerja dalam kehumasan bagi instansi besar seperti Polrestabes Surabaya.
2. Mempraktikan dengan memperdalam teori yang telah didapatkan selama perkuliahan
3. Mengetahui aktivitas konten video di Humas Polrestabes Surabaya dalam mengedukasi masyarakat dan mempertahankan citra positif untuk aparat kepolisian khususnya di Surabaya dengan melalui media sosial.

1.4.2 Bagi Humas Polrestabes Surabaya

Mengetahui pengetahuan lebih mengenai praktik unsur kinerja dalam kehumasan bagi instansi besar seperti Polrestabes Surabaya.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 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 (Dakir, 2018,p.95) Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab utama humas:

1. Menyebarkan fakta atau pesan untuk memastikan bahwa masyarakat umum memiliki pemahaman yang tepat.
2. Melakukan penelitian dan analisis terhadap opini publik yang memengaruhi lembaga, serta reaksi dan tanggapan publik terhadap kebijakan dan rencana aksinya.
3. Memberikan informasi dan wawasan kepada pelaksana tugas untuk membantu mereka memberikan layanan yang mencengangkan dan memuaskan publik.

Menurut peraturan perundang-undangan pasal 39 sub bagian Humas, mempunyai beberapa tugas,

1. Mengumpulkan informasi untuk menyelaraskan kepentingan instansi dengan kebutuhan masyarakat. (Novianti, 2020,p.49)
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 pemberitaan di media dan menjaga agar tidak terjadinya kesalahpahaman informasi dan menyaring informasi dari masyarakat

1.5.2 Instagram Sebagai Media Sosial

Media sosial pada dasarnya merupakan bentuk alat online untuk mendukung interaksi sosial antar penggunanya. Media sosial menurut (Junaedi & Sukmono, 2019,p.63) Orang-orang menggunakan media sosial karena fitur yang memungkinkan mereka mengaksesnya dengan biaya yang sangat murah dan kapan saja, di mana saja.

Media sosial Instagram artinya media aplikasi layanan menyebarkan foto yang memungkinkan pengguna buat berfoto dan filter kemudian menyebarkan di media sosial seperti facebook, twitter, serta lainnya (Sugito, 2022,p.38). 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).

Sama halnya dengan platform media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fitur menarik. (Sugito, 2022, p.80) namun ada juga beberapa fitur menarik Instagram yang membedakannya dengan media sosial lainnya, yaitu :

1. *Follow*

Fitur pada Instagram ini untuk menjalin hubungan dengan menjadi pengikut maupun diikuti oleh orang lain dalam media sosial Instagram.

2. Upload foto

Sarana dalam meng-upload photo maupun video serta saling berbagi dengan orang lain dalam instagram merupakan keutamaan dari Instagram.

3. Filter

Suatu hal yang membedakan Instagram dengan media sosial lainnya adalah adanya filter atau efek photo dan video di dalamnya untuk mempermanis photo atau video yang di upload. Sehingga menjadi salah satu alasan bagi para pengguna aplikasi Instagram.

4. *Caption*

Photo maupun video yang telah di upload dapat diberikan keterangan mengenai photo atau video tersebut maupun tempat dimana photo atau video tersebut diambil.

5. Ad / @

Pengguna dapat menyinggung pengguna lain baik pada foto/video, judul foto/video, maupun di kolom komentar dengan menambahkan tanda arroba (@) didepan username pengguna lain yang ingin di-tag atau disinggung.

6. *Geotagging*

Geotag ini berfungsi untuk memberitahukan tempat dimana pemilik akun tinggal.

7. *Like*

Seperti halnya Facebook yang memiliki fitur like. Instagram juga memiliki fitur ini yang dapat digunakan oleh pemilik akun agar dirinya mengetahui berapa dan siapa saja orang yang menyukai unggahan photo atau videonya. Semakin banyak jumlah like pada suatu photo maka photo tersebut akan menjadi semakin populer di kalangan pengguna Instagram lainnya.

8. *Explore*

Berbagai photo dan video populer akan masuk dan mudah ditemukan di halaman explore. Jika suatu photo atau video masuk ke dalam halaman tersebut, maka hal tersebut akan memudahkan pengguna lain untuk ikut menyaksikan photo atau video yang populer tersebut.

9. *Reels*

Reels merupakan halaman baru di Instagram yang menampilkan video menarik digunakan untuk mengekspresikan kisah tentang pengguna Instagram juga video yang bisa mengedukasi orang lain secara kreatif. Berbeda dengan Stories, reels bersifat permanen yang tampil diberanda Feed, halaman profil dan tab reels pengguna Instagram.

10. *Instastory*

Merupakan singkatan dari Instagram stories. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam

setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur dan menarik untuk penggunanya.

1.5.3 Proses Pembuatan Konten

Tahapan produksi sesuai Standard Operation Procedure (SOP) atau tiga tahapan prosedur kerja untuk memproduksi sebuah konten, (Fatmawati, 2018, p.62-63) yaitu :

1. *Pre-Production* (Pra-Produksi): Tahapan ini biasa disebut sebagai tahap perencanaan. Pre production planning ini di antaranya; Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan. Kunci keberhasilan produksi sangat ditentukan oleh baiknya tahap penemuan ide, perencanaan dan persiapan ini.
2. *Production* (Pelaksanaan Produksi): Sesudah penemuan perencanaan, dan persiapan pelaksanaan produksi siap dimula dalam tahapan produksi ini, seorang produksi bekerja sama dengan seluruh kru terkait program untuk mewujudkan apa yang sudah direncanakan dan di persiapkan sehingga siap untuk di tayangkan.
3. *Post-Production* (Pasca Produksi): Pasca produksi merupakan tahap selanjutnya setelah gagasan ditemukan, direncanakan dan disiapkan secara matang, serta diproduksi atau diliput dan ditulis dalam bentuk naskah yang juga di dubbing. Tahapan ini meliputi proses penyuntingan atau editing gambar serta penayangan secara live.