

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

HUMAS atau yang disebut juga publik relations merupakan organisasi yang bertugas sebagai jembatan antar satu arah atau dua arah dengan baik. Humas berfungsi sebagai penghubung antara publik dan institusi. Pada dasarnya, tujuan hubungan masyarakat adalah untuk menyebarkan data, menghasilkan, memelihara, dan membangun hubungan yang baik sehingga institusi dipandang baik. Hal ini dikarenakan Humas disebut sebagai front liner yang artinya adalah berbicara di audience.

Humas merupakan instansi mempunyai keahlian dalam mengatur berbagai macam sumber dan media sosial agar dapat menyampaikan informasi yang berhubungan dengan instansi agar masyarakat atau publik dengan benar dan akurat (Risnawati Anggil et al., 2023, p.4140). Hal ini bisa menunjang citra Polrestabes Surabaya, Untuk membangun citra positif instansi, diperlukan individu yang mampu berinteraksi dengan masyarakat, seperti konten kreator yang memanfaatkan visual dan video sebagai elemen utama dalam menyampaikan pesan dan berkomunikasi melalui konten. Konten kreator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang diubah menjadi gambar, video, atau tulisan, yang disebut sebagai konten (Sundawa & Trigartanti, 2018, p.438). Dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat menyampaikan informasi, mendidik publik dan dokumentasi aktivitas

yang berhubungan dengan Polrestabes Surabaya, hal ini dilakukan sebagai salah satu bentuk Humas Polrestabes Surabaya untuk meningkatkan citra positif Instansi (Shaleh Arkan & Wulan Furrie, 2020, p.10) Media sosial adalah media online yang membantu orang berinteraksi satu sama lain dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah pesan menjadi diskusi interaktif. Beberapa situs media sosial yang paling populer saat ini adalah Blog, Twitter, Facebook, Instagram, youtube. (Leliana Intan & Agusta Venessa, 2019, p.111) Youtube merupakan alat komunikasi kepada masyarakat dalam memberikan informasi, Sebagai media populer di Indonesia, Youtube memiliki keunggulan dimana dapat berbagi video secara gratis dan masyarakat dapat melihat audio visual.

Humas memiliki cakupan luas dalam konten yang bertanggung jawab, konten kreator instansi pemerintah dengan konten pada umumnya. Humas instansi pemerintah mempunyai peraturan dan protokol sendiri. Instansi pemerintah memiliki protokol dan peraturannya sendiri. Instansi pemerintah memiliki cara cara komunikasi dengan peraturan, Sehingga adanya keseimbangan antara kreativitas dan regulasi, Hal ini bertujuan untuk menyesuaikan antara kreativitas dengan masyarakat agar menjaga kebijakan pemerintah

Polrestabes Surabaya khususnya di bidang Humas mempunyai tiga Bidang yaitu UR. Penmas, UR.Multimedia,UR Renmin, Pada bagian UR Multimedia memiliki tugas memproduksi dan membagikan konten bagi instansi Polrestabes Surabaya untuk meningkatkan citra di sosial media seperti, Youtube,Instagram,TikTok,Facebook dll. UR Multimedia adalah bagian yang membuat produk konten.

Konten yang muncul di Youtube berupa Liputan kegiatan polisi, ucapan hari besar, Liputan kasus kejahatan. Penulis ditempatkan di bagian UR. Multimedia dan ikut berpartisipasi dalam membuat produk konten, untuk menjadi konten kreator maka diperlukan diadakannya praktik bukan hanya teori tetapi juga mendapatkan hubungan teori dan kerja nyata.

Kerja Praktek akan berlangsung selama dua bulan termasuk hari sabtu di Polrestabes Surabaya, Selama kerja praktek ini, penulis berusaha mampu membuat konten yang berisi informasi, edukasi, dan membangun citra instansi dengan memproduksi konten di Upload di media sosial, kerja praktek ini dapat melatih menulis untuk bersikap profesional, tanggap dan melatih berhubungan masyarakat dengan berbagai macam karakter, supaya hal ini bisa membentuk diri sendiri dan mempersiapkan penulis di dunia pekerjaan

Mengetahui proses kinerja Humas Polrestabes Surabaya menuntut untuk mengikuti proses perkembangan era digital, dan memberikan informasi yang cepat dan aktual, Penulis ingin belajar dan ikut serta dalam praktik kegiatan yang ditugaskan oleh Humas Polrestabes Surabaya di bagian UR. Multimedia.

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

Dalam kerja praktik ini, penulis akan memfokuskan pada peran UR. Multimedia di Humas Polrestabes Surabaya, khususnya dalam manajemen media sosial Youtube. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana institusi kepolisian di Surabaya mengelola akun youtube mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas di bagian media sosial yaitu social media management.

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

#### **I.3.1 Tujuan Umum**

Penulis dapat menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, sekaligus memperoleh pengalaman langsung di lingkungan kerja yang nyata. Pengalaman ini juga memperluas wawasan penulis, bagaimana seseorang konten kreator membuat konten yang mengedukasi dan mempertahankan citra polisi terutama peran komunikasi peran layanan informasi dan multimedia dalam divisi Polrestabes Surabaya.

#### **I.3.2. Tujuan Khusus**

Penulis memperoleh pengetahuan dan pengalaman di lingkungan kerja yang nyata sebagai praktisi Humas di institusi pemerintahan seperti Polrestabes Surabaya, khususnya terkait peran layanan informasi dan multimedia dalam divisi Humas Polrestabes Surabaya.

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

#### **I.4.1 Bagi Penulis**

1. Memperdalam pengetahuan mengenai praktik unsur kinerja kehumasan di instansi besar seperti Polrestabes Surabaya.
2. Menerapkan dan memperkuat teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan.
3. Memahami aktivitas peran konten kreator di Humas di Polrestabes Surabaya dalam mengedukasi Masyarakat Surabaya melalui sosial media Youtube.

#### 1.4.2 Bagi Humas Polrestabes Surabaya

Penulis bisa Untuk memahami lebih dalam tentang penerapan unsur kinerja dalam bidang kehumasan, terutama di instansi besar seperti Polrestabes Surabaya

### **1.5 Tinjauan Pustaka**

#### 1.5.1 Hubungan Masyarakat

Humas bertugas sebagai sarana keluar masuknya informasi bagi Masyarakat, Humas juga bertugas sebagai penghubung antara instansi dan Masyarakat. Informasi dan masukan dari masyarakat akan disampaikan humas kepada kepala pimpinan sebagai pelaku kebijakan, Humas, Humas instansi mempunyai tugas yang penting yaitu sebagai penyampaian informasi dari instansi dari pemerintah kepada masyarakat mengenai kebijakan pemerintah. Menurut (Effendy, 2011, p. 123) Humas pemerintah memiliki dua tugas yaitu,

1. Menyebarkan informasi yang teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil
2. Mengedukasi Masyarakat sesuai dengan perundangan – undangan yang bersangkutan dengan kehidupan Masyarakat sehari- hari

Menurut (Novianti Aida Dwita et al., 2020, p. 2) Peraturan perundangan- undangan pasal 39 sub Humas, mempunyai beberapa tugas

1. Mengumpulkan data untuk menyelaraskan tujuan instansi dengan kebutuhan masyarakat.
2. Menyusun laporan kegiatan instansi dalam bentuk berita dan menyebarkannya kepada pihak-pihak terkait.

3. Bekerja sama dengan media cetak dan elektronik untuk mempublikasikan kegiatan instansi.
4. Menganalisis dan menyampaikan informasi kegiatan instansi kepada masyarakat serta media.
5. Mengklarifikasi berita di media untuk mencegah kesalahpahaman informasi dan memfilter masukan dari masyarakat.

#### 1.5.2 YouTube

Menurut Kotler dan Keller dalam (Wahyudin & Adiputra, 2019, p.26) Media sosial Layanan daring ini memungkinkan pengguna untuk mengikuti, memberikan komentar, serta membagikan berbagai jenis konten, termasuk foto, video, dan tulisan. (Juanda Heri, 2017, p.2) Media sosial adalah bagian dari inovasi teknologi informasi yang memberikan kebebasan bagi individu untuk menyuarakan pendapat mereka, yang sebelumnya mungkin tidak pernah didengar.

YouTube adalah platform internet yang berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi online untuk memperkenalkan serta mempromosikan suatu organisasi atau lembaga kepada masyarakat yang lebih luas. (Marpaung & Sazali, 2022, p.163) YouTube dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, termasuk perusahaan dan instansi pemerintah, sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi yang dianggap memiliki karakteristik positif, transparan, dan selalu terkini.

Penggunaan media sosial dalam instansi pemerintahan memiliki empat tujuan menurut (Thifalia & Susanti, 2021, p.44)

1. Berbagi informasi yang dianggap penting untuk disebarakan kepada publik;
2. Partisipasi Publik, yaitu memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam proses pengambilan keputusan serta mendengarkan opini mereka melalui kolom komentar, balasan, dan analisis mendalam;
3. Kolaborasi antar lembaga pemerintah serta tokoh masyarakat dan influencer media sosial untuk mencapai tujuan bersama;
4. Penanganan risiko, seperti berita palsu dan ujaran kebencian.

### 1.5.3 Proses Pembuatan Konten

Sebelum memproduksi sebuah konten, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui, yaitu praproduksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra produksi: Tahap ini merupakan fase perencanaan, yang mencakup pencarian ide, perencanaan detail, dan persiapan sebelum memulai produksi.
2. Produksi: Setelah ide, perencanaan, dan persiapan selesai, proses produksi dapat dimulai untuk menghasilkan konten.
3. Pascaproduksi: Tahap ini berfokus pada penyelesaian dan penyempurnaan hasil produksi, sekaligus mengevaluasi konten yang telah dibuat.

### 1.5.4 Konten Kreator

Konten kreator adalah profesi baru yang muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini. Secara harfiah, konten kreator adalah individu yang memproduksi berbagai konten di platform digital. (Kusuma & Prabayanti, 2022, p.211). Konten kreator Merupakan profesi yang berkaitan dengan

pembuatan konten, baik dalam bentuk gambar, tulisan, video, maupun kombinasi dari ketiganya (Zega et al., 2022, p.126). Content creator adalah seseorang yang mengumpulkan ide, melakukan riset, dan merancang konsep untuk menciptakan sebuah konten (Yulia Irla & Mujtahid Miftakhul Iqbal, 2023, p.679). Content creator harus memiliki kemampuan dalam menguasai gaya penulisan yang up-to-date, memahami industri yang terkait dengan konten yang dibagikan, mengatur waktu dengan baik, berpikir seperti audiens, serta memiliki jaringan yang luas untuk dapat menghasilkan konten berkualitas (Frida Hayu & Alexandrina, 2024, p.136).

Tugas konten kreator menurut (Maeskina Mutia Mega & Hidayat Dasrun, 2022, p.8)

1. Mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta merancang konsep untuk menghasilkan konten yang menarik, termasuk membuat thumbnail, judul video, dan menentukan jadwal posting.
2. Menciptakan konten yang sesuai dengan identitas dan branding.
3. Membuat konten sesuai dengan kesempatan

Saat mengembangkan media sosial untuk instansi pemerintahan, hal penting yang harus diperhatikan adalah menetapkan pesan utama yang ingin disampaikan. Strategi ini menjadi panduan untuk setiap konten yang dipublikasikan di media sosial instansi pemerintahan, di mana pesan yang disampaikan merupakan hasil sinergi antara visi dan misi instansi tersebut (Thifalia & Susanti, 2021, p.44). Selain menyampaikan visi dan misi instansi, ada beberapa hal penting yang perlu

diperhatikan dalam pembuatan konten dan pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah, yaitu menjunjung tinggi serta menaati etika komunikasi.

1. Mengedepankan kehormatan instansi pemerintah.
2. Memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas.
3. Menegakkan etika yang berlaku untuk menciptakan citra dan reputasi yang baik bagi instansi pemerintah.
4. Menyampaikan dan menerima informasi dari masyarakat dengan cara yang benar, tepat, dan akurat.
5. Menghargai, menghormati, serta membina solidaritas dan reputasi baik instansi serta individu.