

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES PRODUKSI KONTEN *INSTAGRAM @sosialp3agk***

**(STUDI PADA PROGRAM USAHA SOSIAL EKONOMI PRODUKTIF  
KELUARGA MISKIN DAN PROGRAM KELUARGA HARAPAN)**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli  
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan  
Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta**



**Oleh :**

**Mita Saputri**

**P19015392**

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**HALAMAN PESETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES PRODUKSI KONTEN *INSTAGRAM @sostalp3agk***

**(STUDI PADA PROGRAM USAHA SOSIAL EKONOMI PRODUKTIF  
KELUARGA MISKIN DAN PROGRAM KELUARGA HARAPAN)**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli  
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan  
Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta**

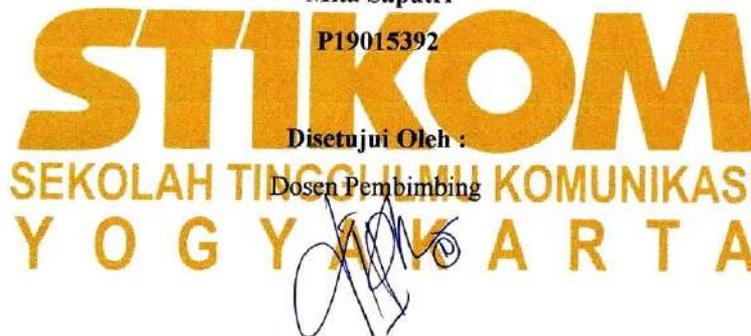
**Disusun Oleh :**

**Mita Saputri**

**P19015392**

**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Djati Prasetyani Hadi, M.A.**

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 1 September 2022  
Jam : 10.00 WIB  
Tempat : Ruang Presentasi STIKOM Yogyakarta

1. Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A

(Penguji I)

2. Firdha Irmawanti, M.A

(Penguji II)

3. Djati Prasetyaning Hadi, M.A

(Pembimbing dan Penguji III)

Mengesahkan  
Kaprodi Hubungan Masyarakat



Firdha Irmawanti, M.A

Mengetahui  
Ketua STIKOM Yogyakarta



Dra. Sudaru Murti, M.Si

### PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Mita Saputri  
NIM : P19015392  
Judul Laporan : Proses Produksi Konten *Instagram* @Sosialp3agk (Studi pada Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin dan Program Keluarga Harapan)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal dan murni karya saya, merupakan deskripsi atas Latihan kerja professional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Gunungkidul.
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya orang lain, kecuali saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan Tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis, yang secara sah dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM Yogyakarta.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 28 Agustus 2022



Mita Saputri

## **MOTTO**

“Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

Q.S Al-Baqarah : 153

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

Q.S Al-Baqarah :286

"Jika kamu tak dapat melakukan hal yang besar, lakukan dari hal kecil namun dengan cara yang hebat" - Napoleon Hill.

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah”- Ayu Estiningtyas

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT. atas segala limpahan rahmat serta ridho-Nya, sehingga diberikan kemudahan dan dicukupkan ilmu untuk menepuh proses belajar di STIKOM Yogyakarta.
2. Orang tua saya yang saya rindukan dan saya cintai, (Alm.) Sunarto dan (Almh.) Riyatmi yang telah merawat dan mendidik saya dengan penuh perjuangan.
3. Kakak saya yang saya sayangi, Tri Rahayu yang telah menemani dan selalu mendukung baik materiil maupun non materiil selama masa-masa sulit.
4. Keluarga besar saya yang telah merawat dan mendukung saya selama masa sulit dan juga selama saya belajar di STIKOM Yogyakarta.
5. Ibu Djati Prasetyani Hadi, M.A yang telah membimbing saya selama penulisan laporan ini dengan sabar.
6. Kekasih hati saya, yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama masa-masa sulit saya.
7. Teman-teman PR Angkatan 19 Ester, Anis, Zahro, Suryani, Jeje, Husnul, Fitri, Barokah, dan Ali yang memberikan semangat dan dukungannya dalam berjuang bersama.
8. Diri saya sendiri, Mita Saputri yang telah bekerja keras dalam Menyusun tugas akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penyusun dapat membuat laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “*Proses Produksi Konten Instagram @sosialp3agk (Studi pada Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin dan Program Keluarga Harapan)*” sebagai tugas akhir. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun berdasarkan pelaksanaan PKL yang sudah dilaksanakan pada tanggal 7 Februari 2022 – 7 April 2022 di Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Gunungkidul.

Pada kesempatan ini, penyusun mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan PKL dan penulisan laporan. Tidak lupa ucapan terimakasih diberikan secara khusus kepada :

1. Diri saya sendiri, Mita Saputri yang telah bekerja keras dalam Menyusun tugas akhir ini.
2. Orang tua dan keluarga besar saya yang telah mendidik, mendukung, membimbing, dan mendoakan serta memberikan yang terbaik untuk saya.
3. Ibu Dra. Sudaru Murti, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
4. Ibu Djati Prasetyani Hadi, M.A yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada saya selama penulisan laporan ini dengan sabar.
5. Ibu Firdha Irmawanti, M.A selaku Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat yang telah membimbing saya hingga saat ini.

6. Seluruh dosen dan staf STIKOM Yogyakarta yang sudah membantu selama masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman PR Angkatan 19 Ester, Anis, Zahro, Suryani, Jeje, Husnul, Fitri, Barokah, dan Ali yang banyak membantu dan menjadi keluarga selama berkuliah di STIKOM Yogyakarta.
8. Kekasih hati, yang selalu menemani, memberikan semangat serta dukungannya selama ini.
9. Seluruh staf dan karyawan Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Gunungkidul yang telah membantu, membimbing, dan memberikan ilmu selama masa PKL.

Penyusun menyadari bahwa laporan PKL ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka, segala kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga dengan adanya laporan PKL ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 28 Agustus 2022



Mita Saputri

## DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN .....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
RINGKASAN .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	5
D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan .....	6
E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan .....	6
F. Metode Pengumpulan Data .....	7
BAB II .....	11
KERANGKA TEORI .....	11
A. Penegasan Judul .....	11
B. Landasan Teori .....	12
1. <i>Public Relations</i> .....	12
2. Humas Pemerintahan .....	16
3. Media Sosial .....	20
4. <i>Instagram</i> dan Produksi Konten <i>Instagram</i> .....	22
BAB III .....	34
DESKRIPSI DINAS SOSIAL, PEMBEDAYAAN PEREMPUAN, DAN PERLINDUNGAN ANAK KABUPATEN GUNUNGKIDUL .....	34
A. Gambaran Umum .....	34

B. Nama Lembaga .....	35
C. Arti Lambang .....	36
D. Visi dan Misi .....	39
E. Struktur Organisasi .....	41
F. Fungsi dan Tugas .....	42
G. Program Kerja .....	53
H. Daftar Pegawai .....	54
<b>BAB IV</b> .....	<b>55</b>
<b>KEGIATAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	55
B. Pembahasan .....	69
1. Deskripsi tema .....	73
2. Tujuan Konten .....	75
3. Target Konten .....	76
4. Perencanaan Editorial .....	76
5. Riset atau Pengumpulan Data .....	79
6. Produksi Konten .....	81
C. Analisis Produksi Konten <i>Instagram</i> pada DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul @ <i>sosialp3agk</i> .....	89
<b>BAB V</b> .....	<b>94</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Proses Produksi Konten .....	33
Gambar 3.1 Lambang Kabupaten Gunungkidul .....	36
Gambar 3.2 Struktur Organisasi DINSOS P3A Gunungkidul .....	41
Gambar 4.1 Daftar Hadir USEP KM .....	65
Gambar 4.2 Daftar Hadir Case Conference .....	65
Gambar 4.3 Dokumentasi Kegiatan USEP KM .....	66
Gambar 4.4 Dokumentasi Kegiatan Jamkesus Terpadu .....	66
Gambar 4.5 Proses editing poster .....	67
Gambar 4.6 Ucapan Hari konsumen sedunia .....	67
Gambar 4.7 Pelaksanaan Jaminan Kesehatan Khusus .....	68
Gambar 4.8 Bagan Proses Produksi .....	70
Gambar 4.9 Postingan <i>Instagram</i> @sosialp3agk .....	71
Gambar 4.10 Bagan Proses Produksi Konten .....	72
Gambar 4.11 Hasil Konten USEP KM .....	82
Gambar 4.12 Hasil Konten USEP KM .....	82
Gambar 4.13 Hasil Konten USEP KM .....	83
Gambar 4.14 Hasil Konten PKH .....	83
Gambar 4.15 Hasil Konten PKH .....	84
Gambar 4.16 Palet Warna .....	84
Gambar 4.17 Palet Warna .....	85
Gambar 4.18 Font Contrail One .....	85
Gambar 4.19 Font Eczar SemiBold .....	86
Gambar 4.20 Font Alegreya Bold .....	86
Gambar 4.21 Ilustrasi Kartun .....	86
Gambar 4.22 Ilustrasi Keluarga .....	87
Gambar 4.23 Ilustrasi Kartun .....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Detail Konten Lembaga Pemerintah .....	25
Tabel 3.1 Daftar Pegawai DINSOS P3A Gunungkidul .....	54
Tabel 4.1 Kegiatan Harian PKL.....	55
Tabel 4 2 Perencanaan Editorial USEP KM .....	77
Tabel 4 3 Perencanaan Editorial PKH .....	77
Tabel 4 4 Daftar Wawancara.....	79

## RINGKASAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini mengambil judul “Proses Produksi Konten *Instagram @sosialp3agk* Studi pada Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin dan Program Keluarga Harapan”. Tujuan penulisan ini adalah untuk bagaimana proses produksi konten media sosial *Instagram @sosialp3agk* dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Konsep yang digunakan dalam penulisan ini adalah Proses Produksi Konten *Instagram*, dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi partisipasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Proses produksi konten *Instagram @sosialp3agk* ini melalui tahapan, yaitu (1) Menentukan tema, (2) Menentukan tujuan konten, (3) Menentukan target konten, (4), Perencanaan editorial, (5) Riset dan pengumpulan data, (6) Proses produksi konten. Proses produksi konten *Instagram @sosialp3agk* ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan kepada masyarakat mengenai program kerja unggulan DINSOS P3A Gunungkidul yaitu USEP KM dan PKH.

**Kata kunci: proses produksi konten, *Instagram*, USEP KM, PKH**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 telah mengubah cara berinteraksi masyarakat yang semula mengandalkan tatap muka dalam kegiatan keseharian untuk kemudian beradaptasi menggunakan media digital. Berdasarkan laporan *We Are Social* (dalam *dataindonesia.id*) sebagai lembaga manajemen media sosial, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat sebanyak 12,35% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 170 juta orang saja. Kenaikan jumlah pengguna media sosial ini disebabkan karena adanya kebijakan pemerintah khususnya terkait dengan pembatasan sosial yang harus dipatuhi oleh seluruh elemen masyarakat, tidak terkecuali perusahaan swasta dan instansi pemerintahan.

Perubahan cara berinteraksi ini selain mempunyai dampak positif, tetapi juga memunculkan konsekuensi terkait proses adaptasi ke dunia komunikasi digital di instansi pemerintah yang salah satunya dipengaruhi oleh masih banyaknya staf pemerintahan yang rata-rata berasal dari generasi X, yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1965-1980. Berdasarkan data dari Badan Kepegawaian Negara (*bps.go.id, 2017*) pada tahun 2016 sebanyak 65% pegawai pemerintahan berusia 42-57 tahun atau biasa disebut dengan Generasi X lebih banyak dibanding Generasi Y yang berusia 26-41 tahun yang hanya sebanyak 33%, sisanya sebanyak 1% adalah Generasi Z dan 1% lainnya adalah Generasi *Baby Boomer*.

Karakteristik Generasi X lebih lanjut menurut Shafira (*krona.co.id*, 2021) dianggap mampu menerima media sosial dengan relatif cepat, namun mereka tidak terlalu suka untuk mengunggah konten dan berkarya melalui media sosial layaknya Generasi Milenial. Selanjutnya dikatakan, kebanyakan dari Generasi X lebih sering memanfaatkan media sosial untuk berhubungan dengan teman-teman mereka ataupun sekedar mencari informasi. Sementara dalam kebutuhan adaptasi ke dunia komunikasi digital, orang dituntut untuk bisa menggunakan media sosial secara lebih aktif baik sebagai konsumen maupun produsen.

Instansi pemerintahan dituntut lebih kreatif untuk mengatasi kemungkinan yang menghambat penyebaran informasi publik sehingga dapat menyebabkan kesalahpahaman informasi antara instansi dan masyarakat akibat adanya pandemi Covid-19. Interaksi yang terbatas menyebabkan penyebaran informasi yang dilakukan secara langsung, seperti sosialisasi dan pertemuan langsung dalam kondisi pembatasan sosial tidak efektif lagi. Oleh karena itu, instansi pemerintah harus lebih mengefektifkan penggunaan media sosial untuk kebutuhan pelayanan informasi kepada publik.

Menurut pendapat Khan (dalam Pratiwi, 2021) media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten seperti informasi, opini, dan minat, dalam konteks yang beragam yaitu informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya kepada khalayak ramai. Sehingga

media sosial memiliki efek berantai yang membuat proses penyebaran informasi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja. Selanjutnya menurut Kerpen (*pustakaindo.co.id*, 2021) media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

Media sosial dalam lembaga pemerintahan memiliki beberapa manfaat sebagaimana menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah: *pertama*, mendorong efisiensi pemerintahan. *Kedua*, memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun. *Ketiga*, menghadapi perkembangan zaman. *Keempat*, sarana komunikasi di saat krisis dan bencana alam.

Jenis-jenis media sosial (Liedfray, Laani, dan Lasut, 2022:2-3) antara lain *Youtube, Facebook, Instagram, Whatsapp, Tiktok, Twitter, Line, Pinterest, Telegram* dan masih banyak lagi. Menurut *dataindonesia.id*, *Instagram* menjadi salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan persentase 84,8%. Berdasarkan hal tersebut menjadi alasan mengapa kemudian instansi pemerintah memilih *Instagram* untuk menyebarluaskan informasi mengenai program dan kegiatan kepada masyarakat. Demikian pula yang dilakukan oleh Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak (DINSOS P3A) Kabupaten Gunungkidul dalam strateginya menyebarkan informasi tentang program kerja kedinasan, seperti misalnya program Usaha Sosial Ekonomi

Produktif Keluarga Miskin (USEP KM) dan Program Keluarga Harapan (PKH).

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Seksi Bantuan Sosial, USEP KM dan PKH merupakan program unggulan di DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul. USEP KM adalah Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin yang dilakukan oleh ibu-ibu atau kaum wanita rawan sosial ekonomi dengan sistem kerja kelompok. Kegiatan ini harus dilakukan secara produktif (non ternak). Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah memberi keterampilan kepada kaum wanita rawan sosial ekonomi agar dapat menunjang pendapatan suami. Wanita rawan sosial ekonomi merupakan wanita yang berusia lebih dari 15 tahun baik belum menikah, sudah menikah, ataupun janda yang memiliki penghasilan namun tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

PKH adalah program pemberian bantuan sosial bersyarat kepada Keluarga Miskin (KM) yang ditetapkan sebagai keluarga penerima manfaat PKH, yang meliputi ibu hamil, penyandang disabilitas, balita, lansia, serta anak sekolah TK, SD, SMP, dan SMA. Pemerintah Indonesia telah melaksanakan PKH sejak tahun 2007, tujuannya sebagai upaya percepatan penanggulangan kemiskinan.

Akun *Instagram* DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul dibuat pada bulan Maret tahun 2019. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kiki Widya Sari, salah satu koordinator media sosial DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul, tujuan dibuatnya akun *Instagram* @sosialp3agk adalah untuk

membagikan kegiatan yang dilakukan kepada masyarakat. Harapan agar program kerja dapat tetap terlaksana dengan efektif di masa pandemi Covid-19, maka DINSOS P3A Gunungkidul melakukan proses produksi konten *Instagram* untuk USEP KM dan PKH kepada masyarakat target penerima bantuan sosial.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diketahui bagaimana proses produksi konten *Instagram* DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul pada program USEP KM dan PKH dilakukan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diangkat adalah “Bagaimana Proses Produksi Konten *Instagram* @sosialp3agk Studi pada Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin dan Program Keluarga Harapan?”

## **C. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Adapun maksud dan tujuan penulis mengikuti program Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah :

- a. Untuk menambah pengalaman praktik dibagian humas sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja. Selain itu untuk mempelajari secara langsung bagaimana lembaga dalam memberikan pelayanan publik.

- b. Mengetahui secara langsung praktik di lapangan sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja.
- c. Mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial instansi pemerintahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

#### **D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

##### 1. Manfaat akademis

Manfaat akademis yang diperoleh diharapkan dapat turut serta dalam mendukung pengembangan ilmu *Public Relations* dalam berbagai aspek, dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kegiatan praktik kerja lapangan pada dinas sosial.

##### 2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang diharapkan adalah hasil laporan praktik kerja lapangan ini dapat bermanfaat bagi DINSOS P3A Gunungkidul dalam proses produksi konten *Instagram*.

#### **E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

##### 1. Tempat

Nama Instansi : Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan  
Perlindungan Anak (DINSOS P3A) Kabupaten  
Gunungkidul

Alamat : Jl. KH. Agus Salim No.125, Ledoksari, Kepek, Kec.  
Wonosari, Kab. Gunungkidul, DIY 55813

Telepon : (0274) 394226  
Email : [sosial@gunungkidulkab.go.id](mailto:sosial@gunungkidulkab.go.id)  
Fax : (0274) 394226  
*Website* : [sosial.gunungkidukab.go.id](http://sosial.gunungkidukab.go.id)  
Jam Kerja : Senin – Kamis : 07.30 – 15.30 WIB  
Jumat : 07.00 – 15.30 WIB

## 2. Waktu

Tanggal : 7 Februari – 7 April 2022  
Bagian : 1. Subbagian Umum, pada bulan pertama.  
2. Bidang Penanganan Fakir Miskin, bulan kedua pada minggu pertama dan kedua.  
3. Bidang Rehabilitasi Sosial, bulan kedua pada minggu ketiga dan keempat.  
Jam Kerja : Senin – Kamis : 07.30 – 15.30 WIB  
Jumat : 07.00 – 15.30 WIB

## F. Metode Pengumpulan Data

Data-data yang mendukung dalam penulisan laporan kegiatan ini diperoleh dengan metode sebagai berikut.

### 1. Wawancara

Menurut Hardani (2020:137) wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan

maksud tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara. Maksud mengadakan wawancara menurut Lincoln dan Guba (dalam Hardani, 2020:138), adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Pengumpulan data dalam penyusunan laporan tugas akhir ini dilakukan melalui wawancara dengan narasumber sebagai berikut:

- a. Kepala Seksi Bantuan Sosial mengenai USEP KM.
- b. Koordinator PKH mengenai PKH.
- c. Pengadministrasi Umum dan juga pengelola media sosial mengenai pengelolaan *Instagram*.

## 2. Observasi

Menurut Usman dan Purnomo (dalam Hardani, 2020:123) observasi adalah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Menurut Sukmadinata (dalam Hardani, 2020:124), observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan jalan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Berikut beberapa jenis observasi menurut Hardani:

- a. Observasi Partisipasi adalah kondisi dimana pengamat terlibat langsung secara aktif dalam objek yang sedang diamati.

- b. Observasi Sistematis atau observasi berkerangka adalah observasi atau pengamatan yang dilakukan sudah ditentukan terlebih dahulu kerangkanya.
- c. Observasi Eksperimental adalah observasi yang diadakan dengan cara uji coba. Situasi dibuat seperti kondisi asli sehingga observasi tidak diketahui maksudnya.

Pada penulisan laporan ini observasi yang dilakukan pada DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul adalah observasi partisipasi selama kurang lebih dua bulan, yaitu pada tanggal 7 Februari sampai 7 April 2022. Selanjutnya fokus untuk lebih mengamati pada proses pengelolaan media sosial dan produksi konten *Instagram* yang dilaksanakan selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL).

### 3. Dokumentasi

Menurut Hardani (2020:149) metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada. Menurut Sugiyono (Hardani, 2020:150) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, foto, video, film, ataupun karya-karya monumental dari seseorang. Pada laporan ini dokumentasi diambil dari beberapa program kegiatan yang dilaksanakan.

#### 4. Studi Pustaka

Menurut Purwono (-:66) Studi pustaka merupakan kegiatan mengumpulkan informasi yang diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, penelitian ilmiah, peraturan dan ketetapan, tesis dan jurnal, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis maupun sumber elektronik lainnya. Studi pustaka dalam laporan ini diambil dari beberapa buku ilmiah, jurnal penelitian, dan sumber elektronik seperti website.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Penegasan Judul**

Penulisan Laporan Tugas Akhir (TA) Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, fokus pada proses produksi konten media sosial *Instagram* DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul @sosialp3agk dengan tema Program Keluarga Harapan (PKH) dan Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin (USEP KM). Tujuan diadakannya produksi konten *Instagram* ini adalah untuk memberikan kepada masyarakat mengenai kegiatan dan program kerja kedinasan. Hal ini dilakukan untuk menunjang kelancaran program kegiatan yang sedang dijalankan. Terutama pada masa pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini, semakin banyak tantangan yang dihadapi pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Adanya kebijakan pemerintah untuk mengadakan pembatasan sosial membuat masyarakat menjadi terbatas dalam melakukan banyak hal, salah satunya untuk berkomunikasi secara langsung.

Media sosial menjadi salah satu media yang diharapkan oleh instansi pemerintahan untuk dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh instansi pemerintah seperti DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul untuk menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana mengkan program kerja dan kegiatan dinas. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang dipilih karena jangkauan yang luas serta salah satu

media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Tahapan proses produksi konten *Instagram @sosialp3agk* adalah perencanaan editorial, pengumpulan data, identifikasi data, dan produksi konten.

Berdasarkan uraian diatas, maka laporan Praktik Kerja Lapangan dengan judul “ Proses Produksi Konten *Instagram* Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin dan Program Keluarga Harapan pada Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak Kabupaten Gunungkidul” ini memerlukan beberapa konsep untuk mendukung analisisnya, yaitu:

## **B. Landasan Teori**

### **1. *Public Relations***

Menurut Sitepu (2011:2) *Public Relations* dalam artian sederhana adalah hubungan antara kelompok-kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. Secara lebih khusus, menurut para ahli dibidang *Public Relations*, *Public Relations* adalah manajemen dari berbagai hubungan antara suatu lembaga atau instansi dengan publiknya. Menurut Jefkins dalam Sitepu (2011:3), *Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

a. Ruang Lingkup *Public Relations*

Menurut Artis (2011:187) ruang lingkup *Public Relations* sangat luas mencakup seluruh bentuk kegiatan komunikasi. Ruang lingkup *Public Relations* tidak hanya bergantung pada publik internal dan publik eksternal, tetapi juga bergantung pada karakteristik dan visi misi lembaga atau organisasi dalam mencapai tujuannya. Semakin luas komponen publik yang memiliki kepentingan terhadap organisasi atau lembaga, maka elemen publiknya juga akan semakin luas sehingga permasalahan yang dihadapi juga semakin kompleks. Ruang lingkup *Public Relations* dalam sebuah organisasi atau lembaga, antara lain :

1) Membina Hubungan kedalam (Publik Internal)

Menjalin hubungan di dalam organisasi atau lembaga baik antara karyawan dengan atasan ataupun sebaliknya.

2) Membina Hubungan keluar (Publik Eksternal)

Menjalin hubungan dengan publik atau masyarakat diluar organisasi untuk menciptakan hubungan yang baik dan saling menguntungkan.

Menurut Fayol (dalam Artis, 2011:187) ada beberapa sasaran *Public Relations*, antara lain :

- a) Membangun identitas dan citra perusahaan
- b) Menghadapi krisis

- c) Mempromosikan aspek kemasyarakatan yang menyangkut kepentingan publik.

b. Tujuan dan Fungsi *Public Relations*

Menurut Artis (2011:188) tujuan *Public Relations* adalah untuk mempengaruhi publiknya. Sejauh mana masyarakat mengetahui dan mengenal kegiatan sebuah organisasi atau perusahaan. Melalui teknik *Public Relations*, membuat yang tidak suka dan tidak tertarik menjadi suka dengan memberikan citra yang positif kepada masyarakat. Selain untuk mempengaruhi publiknya tujuan lain *Public Relations* adalah untuk menciptakan citra positif serta mempertahankan hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya.

Fungsi *Public Relations* menurut Cutlip, Centre, and Canfield (dalam Artis, 2011:188) antara lain:

- a) Menjaga hubungan yang baik antara organisasi atau perusahaan dengan publik sarannya.
- b) Menunjang aktifitas manajemen dalam mencapai tujuan bersama organisasi.
- c) Melayani kepentingan publik serta memberikan kritik dan saran kepada pimpinan manajemen demi mencapai tujuan dan manfaat bersama.

d) Menciptakan komunikasi dua arah, mengatur arus informasi dan publikasi, serta menyampaikan pesan dari dalam organisasi atau perusahaan kepada publik sasarannya.

c. Peran *Public Relations*

Rosady Ruslan (dalam Sitepu, 2011:25-27) membagi peran *Public Relations* menjadi empat kategori sebagai berikut:

1) *Expert Prescriber* (Penasihat Ahli)

Seorang praktisi humas memiliki kemampuan yang tinggi untuk membantu mencari solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dalam hubungan instansi dengan publiknya.

2) *Communication Fasilitator* (Fasilitator Komunikasi)

Dalam hal ini praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen instansi dalam hal mendengar keinginan publik dan juga sebaliknya. Sehingga menciptakan timbal balik komunikasi yang baik untuk menciptakan kepercayaan, pengertian, dan saling menghargai antara instansi dengan publik.

3) *Problem Solving Fasilitator* (Fasilitator Pemecahan Masalah)

Seorang praktisi humas mampu membantu memecahkan masalah dalam instansi atau perusahaan. Membantu pimpinan untuk memberi masukan ataupun mengambil keputusan dalam mengatasi persoalan atau masalah yang sedang terjadi.

4) *Communication Technician* (Teknisi Komunikasi)

Dalam peranan ini seorang praktisi humas sebagai jurnalis yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

## **2. Humas Pemerintahan**

Menurut Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tahun 2007 tentang kode etik Humas Pemerintah (dalam Suprawoto 2018:49), humas pemerintah merupakan tindakan yang dilakukan sebuah instansi atau pemerintah untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal. Menjaga citra dan martabat instansi atau pemerintahan dihadapan publik dan khalayak untuk tetap mendapatkan kepercayaan, pengertian, dukungan, dan kerjasama dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi pemerintahan. Humas pemerintah merupakan ujung tombak untuk menyampaikan program kerja dan kinerja pemerintah kepada publik. Sebagai sumber informasi dari dalam instansi atau pemerintahan, humas pemerintah harus dapat dipercaya dan mampu menjaga kepercayaan publiknya.

a. Tujuan Humas Pemerintah

Menurut Cutlip (dalam Suprawoto, 2018:59-60), tujuan humas pemerintah adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi yang akurat tentang aktifitas pemerintahan.

Memberikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya kepada masyarakat mengenai program dan aktifitas yang dilakukan dalam pemerintahan. Dapat melalui media sosial maupun secara langsung kepada masyarakat.

- 2) Memastikan terjadi kerjasama aktif dalam program pemerintah.

Memastikan adanya kerjasama yang aktif di dalam instansi pemerintahan antar pegawai mengenai program yang sedang dilaksanakan. Selain itu juga memastikan terjalin kerjasama yang aktif antara pemerintahan dengan masyarakat dalam melaksanakan program kegiatan.

- 3) Mendorong masyarakat untuk mendukung kebijakan dan program pemerintahan.

Dukungan masyarakat sebagai warga negara sangat penting dalam setiap kebijakan dan program yang dibuat oleh instansi pemerintahan. Oleh karena itu, dalam penyusunan kebijakan dan program instansi pemerintah harus melibatkan masyarakat agar mendapatkan dukungan sehingga kebijakan dan program yang disusun dapat dilaksanakan dan berjalan dengan lancar.

## b. Tugas Humas Pemerintah

Tugas humas pemerintah diatur dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan (dalam Suprawoto, 2018:64-65), bahwa tugas humas pemerintah adalah melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dengan publik secara terstruktur dan terencana untuk menciptakan rasa saling pengertian dalam mencapai tujuan demi kebaikan bersama.

Meningkatkan kelancaran arus komunikasi dan informasi yang baik antara instansi pemerintah dengan masyarakat, sehingga kebijakan dan program kerja pemerintahan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Selain itu tugas humas pemerintah juga meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi publik agar tidak terjadi kesalahpahaman pada masyarakat. Membangun citra dan reputasi positif instansi pemerintah di mata masyarakat.

Tugas humas pemerintah lainnya adalah menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik. Dalam kebijakan publik tugas humas pemerintah adalah untuk memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah yang mengikat masyarakat. Tugas humas pemerintah dalam pelayanan publik adalah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, baik dalam memberikan informasi maupun memberikan pelayanan yang diperlukan oleh

masyarakat. Pelayanan yang baik diberikan untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan masyarakat pada instansi pemerintahan.

c. Fungsi Humas Pemerintah

Fungsi humas pemerintah menurut Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan (dalam Suprawoto, 2018:69-70), fungsi humas pemerintah adalah membentuk, meningkatkan, dan menjaga serta mempertahankan citra dan reputasi instansi pemerintah dengan menyediakan informasi mengenai program kegiatan dan kebijakan instansi pemerintah. Setelah membentuk citra positif, humas pemerintah harus mampu mempertahankan citra dan reputasi positif instansi dengan melakukan program kehumasan yang berisi program kegiatan dan kebijakan instansi.

Fungsi selanjutnya adalah menciptakan menjaga hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan harmonis. Menjadi jembatan antara instansi dengan publiknya, dapat menjadi dasar humas pemerintah untuk mengelola media sosial instansi pemerintah agar program kegiatan dan kebijakan pemerintah dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian

masukan dalam pengelolaan informasi dan komunikasi merupakan salah satu fungsi humas pemerintah. Melalui fungsi ini humas pemerintah harus merencanakan dengan matang, melaksanakan dengan baik serta diawasi dan diperhatikan agar dapat memberikan saran dan masukan untuk program kehumasan selanjutnya.

### **3. Media Sosial**

Menurut Liedfray, Laani, dan Lasut (2022:2) media sosial merupakan sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi seperti jejaring sosial, blog, forum, dunia virtual dan lain sebagainya. Jejaring sosial dan blog merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Chris Brogan (dalam Liedfray, Laani, dan Lasut, 2022:2), media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi.

Menurut Khan (dalam Pratiwi, 2021) media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten seperti informasi, opini, dan minat, dalam konteks yang beragam yaitu informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya kepada khalayak ramai. Sehingga media sosial memiliki efek berantai yang membuat

proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja.

a. Jenis Jenis Media Sosial

Menurut Liedfray, Laani, dan Lasut (2022:2-3), media sosial terbagi menjadi beberapa jenis sebagai berikut.

- 1) Aplikasi media sosial berbagi video. Aplikasi berbagi video tentunya sangat efektif untuk menyebarluaskan informasi mengenai program pemerintahan. Aplikasi tersebut antara lain, *YouTube*, *Vimeo*, dan *DailyMotion*.
- 2) Aplikasi media sosial mikroblog. Aplikasi mikroblog tergolong paling mudah digunakan aplikasi media sosial lainnya, aplikasi ini antara lain *Facebook*, *Twitter*, dan *Tumblr*.
- 3) Aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial, setidaknya ada tiga aplikasi yang paling menonjol dan mempunyai banyak pengguna di Indonesia yaitu *Facebook*, *Google Plus*, dan *Path*.
- 4) Aplikasi berbagi jaringan profesional. Pengguna aplikasi ini biasanya dari kalangan akademi, mahasiswa, dosen, dan juga pegawai pemerintah. Aplikasi berbagi jaringan profesional yang populer di Indonesi antara lain adalah *LinkedIn*, *Slideshare*, dan *Scribd*.

5) Aplikasi berbagi foto. Aplikasi media sosial untuk berbagi foto ini sangat populer di kalangan masyarakat, aplikasi ini menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, bahkan aneh, lucu dan menyeramkan. Aplikasi ini juga dapat digunakan oleh instansi pemerintahan untuk menyebarluaskan informasi mengenai program-program yang dilaksanakan. Beberapa aplikasi yang populer antara lain *Instagram*, *Pinterest*, dan *Picasa*.

#### **4. *Instagram* dan Produksi Konten *Instagram***

##### **a. *Instagram***

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (-: 10), *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya kepada pengguna yang lain khususnya pengikut (*followers*).

Selain untuk membagikan foto dan video, kini *Instagram* juga memiliki fitur *Instagram* Stories (IG Stories) dan juga *Instagram* Televisi (IGTV). Stories atau cerita adalah fitur untuk membagikan foto atau video dalam profil yang hanya memiliki jangka waktu selama 24 jam. Sedangkan IGTV adalah fitur terbaru *Instagram* yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah video dalam durasi yang panjang. *Instagram* kini menjadi salah satu aplikasi

yang populer, khususnya bagi pengguna internet di Indonesia terutama di kalangan pemuda.

b. Produksi Konten *Instagram*

Menurut Nugraha dkk. (2018:54-57) konten merupakan informasi yang tersedia pada suatu media atau produk elektronik. Konten media sosial sendiri dapat diartikan sebagai segala macam informasi yang terdapat dalam media sosial. Menurut Nugraha dkk. (2018:54-57) Proses produksi konten yang baik dimulai dari perencanaan yang matang dan eksekusi yang tepat.

1) Membuat Perencanaan Editorial

Sebelum membuat konten, ada baiknya tim media sosial instansi pemerintah membuat perencanaan editorial terlebih dahulu. Tujuan dibuatnya perencanaan editorial adalah untuk mempermudah proses dan juga untuk memperjelas kapan konten akan diunggah.

Secara garis besar, tujuan pembuatan perencanaan editorial adalah:

- a) Memberikan gambaran mengenai program media sosial yang akan dijalankan.
- b) Menentukan jadwal pembuatan dan pengunggahan konten.

- c) Mempermudah pengawasan perkembangan kegiatan media sosial.
- d) Menunjukkan variasi konten media sosial.

Jangka waktu perencanaan editorial dapat disesuaikan oleh kesepakatan dan kebutuhan dalam instansi pemerintahan. Dapat berupa perencanaan tahunan ataupun bulanan.

Isi dan bentuk perencanaan editorial masing-masing lembaga atau instansi akan berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Namun ada beberapa hal dasar yang sebaiknya ada dalam perencanaan editorial, yaitu sebagai berikut:

- a) Tanggal pembuatan dan distribusi konten.
- b) Tema atau judul konten.
- c) *Platform* media sosial yang akan digunakan.
- d) Jenis konten (video, gambar, artikel, dan lain-lain).
- e) Penanggung jawab konten.
- f) Status konten yang akan terus diperbarui hingga konten didistribusikan atau diunggah.

Tabel 2.1 Contoh Detail Konten Lembaga Pemerintah

No	Tanggal	Tipe	Topik/Judul Konten	Tulisan Konten	Arahan Visual	Caption	Kanal	PIC	Status
1	1 Jan 2019	Tulisan/ Gambar/ Video/ Infografis/ Memo/ Slideshow/ dll.	Judul konten	Tulisan yang akan dimasukkan ke dalam konten	Arahan visual	Caption yang akan ditayangkan	Facebook	Penanggung jawab	Pembuatan caption
2	2 Jan 2019	Tulisan/ Gambar/ Video/ Infografis/ Memo/ Slideshow/ dll.	Judul konten	Tulisan yang akan dimasukkan ke dalam konten	Arahan visual	Caption yang akan ditayangkan	Youtube	Penanggung jawab	Selesai

Sumber : Adaptasi dari perencanaan editorial menurut Nugraha dkk. (2018:56)

Langkah-langkah pembuatan perencanaan editorial adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan periode perencanaan editorial yang akan dibuat.
- b) Menandai tanggal yang bertepatan dengan hari raya atau hari besar nasional.
- c) Mengumpulkan agenda, program kerja, atau pesan yang ingin disampaikan oleh lembaga atau instansi kepada khalayak melalui media sosial.
- d) Menentukan tema besar masing-masing konten berdasarkan program kerja dan hari raya atau hari besar nasional pada periode yang telah ditentukan.
- e) Mendistribusikan masing-masing tema besar pada jadwal harian.
- f) Mengembangkan tema besar menjadi tema yang lebih spesifik (judul konten) sesuai dengan pesan utama yang ingin disampaikan oleh lembaga atau instansi.
- g) Menentukan jenis konten untuk masing-masing judul konten.
- h) Mengumpulkan data dan referensi yang mendukung judul konten.
- i) Produksi konten dan distribusi konten sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

## 2) Pengumpulan Data

Masih dalam Nugraha dkk. (2018:54-57), setelah pembuatan perencanaan editorial, langkah selanjutnya adalah pengumpulan data. Data yang dikumpulkan sesuai dengan topik atau tema yang sudah ditentukan dalam perencanaan editorial. Pengumpulan data berfungsi untuk mengurangi resiko kesalahan informasi dalam konten yang diunggah. Konten yang berkualitas tentunya disusun berdasarkan data dan fakta yang ada sehingga kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Selain menghasilkan konten yang berkualitas, keuntungan lain dari pengumpulan data yang tepat sesuai tema adalah sebagai berikut:

- a) Membantu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan proses produksi konten, seperti penentuan jenis konten, jumlah konten, hingga *platform* media sosial yang akan digunakan untuk mengunggah konten.
- b) Mempercepat proses pembuatan konten.
- c) Mengurangi resiko kesalahan dalam proses produksi konten yang mungkin dapat merusak atau mengubah pesan utama yang ingin disampaikan oleh lembaga atau instansi.

### 3) Identifikasi Data

Identifikasi data, dalam bagian ini tim media sosial harus memilah dan memilih data yang sesuai dengan fakta dan mampu dipertanggungjawabkan kebenarannya. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam produksi konten, yaitu data primer dan data sekunder.

- a) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari orang pertama, contoh data primer adalah kuesioner dan wawancara. Dalam ranah instansi pemerintahan data primer dapat diperoleh melalui kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan sebelumnya. Semakin banyak data primer yang didapatkan maka akan semakin berkualitas pula konten yang dihasilkan.
- b) Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada seperti internet. Untuk menggunakan data sekunder, tim media sosial harus lebih berhati-hati dan selalu mengecek kebenaran data yang didapatkan.

Jenis-jenis data yang dibutuhkan dalam produksi konten media sosial lembaga atau instansi adalah sebagai berikut:

- a) Data internal lembaga atau instansi, seperti laporan tahunan, dokumentasi kegiatan instansi, dan lain-lain.
- b) Agenda dan program kerja lembaga atau instansi.

- c) Siaran pers dan dokumentasi terbaru dari lembaga atau instansi.
- d) Data hasil penelitian lembaga atau instansi.
- e) Artikel media online.
- f) Data hasil tinjauan literatur
- g) Data dari hasil program sosial media sebelumnya.
- h) Data hasil dari *feedback* konten media sosial.

Selain berdasarkan sumber datanya, data yang digunakan dalam produksi konten instansi pemerintah juga harus memiliki kualitas yang baik. Data yang memiliki kualitas yang baik jika data tersebut akurat, tepat waktu, relevan, lengkap, faktual, valid, dan kredibel.

#### 4) Proses Produksi Konten

Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah proses produksi. Konten yang menarik sangat dibutuhkan untuk menarik perhatian para penikmatnya. Beberapa jenis konten yang sering digunakan adalah sebagai berikut.

##### a) Konten Tulisan

Melalui konten tulisan, tugas utama tim media sosial adalah memberikan informasi melalui tulisan yang mampu menarik perhatian pengguna media sosial. Seorang pembuat konten tulisan harus mampu membius

para pembaca kontennya sehingga muncul tindakan setelah membaca konten tersebut.

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam penulisan konten adalah metode AIDA.

- *Attention*, atensi atau perhatian. Tulisan yang dibuat harus memberikan kesan pertama sehingga konten akan menjadi perhatian.
- *Interest*, minat. Ketika para pembaca sudah memperhatikan konten yang menarik maka pembuat konten harus menjaga minat pembaca hingga akhir konten
- *Desire*, hasrat. Setelah menarik minat pembaca untuk terus menikmati konten, penulisan konten yang baik akan menarik hasrat pembaca yang kemudian menjadi aksi.
- *Action*, aksi atau tindakan. Tahapan ini adalah inti dari suatu teknik penulisan. Suatu tulisan dianggap berhasil ketika para pembacanya tergerak untuk melakukan sesuatu yang diinginkan oleh penulis.

## b) Konten Gambar

Selain berupa tulisan, konten digital juga dapat berupa konten visual salah satunya adalah konten gambar. Beberapa konten gambar yang populer dalam instansi pemerintah adalah foto dokumentasi, poster, dan infografis.

### - Foto dokumentasi

Sebagai instansi pemerintahan foto dokumentasi merupakan salah satu hal yang paling umum didapatkan. Tim media sosial dapat menjadikan foto dokumentasi menjadi konten untuk memberikan informasi kepada khalayak. Konten foto dokumentasi yang diunggah memiliki kualitas atau resolusi yang baik, objek yang jelas, caption yang bisa mendeskripsikan objek dengan baik, dan *editing* secukupnya.

### - Poster

Konten poster dibuat semenarik mungkin dengan komposisi warna yang sesuai dengan instansi pemerintahan yang bersangkutan dan juga sesuai dengan targetnya.

- Infografis

Infografis merupakan bentuk visualisasi data yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kompleks dengan bentuk yang sederhana dan mudah dipahami. Keunggulan infografis adalah kemampuannya menjelaskan hal-hal yang tidak dapat dijelaskan melalui tulisan ataupun video.

- c) Konten Video

Konten visual lainnya selain konten gambar adalah konten video. Dalam konten ini selain melihat visualnya saja juga dapat menikmati audio. Beberapa jenis konten audio yang sering digunakan dalam instansi pemerintah antara lain adalah video layanan masyarakat, film pendek, dan video reportase.

- Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah media publikasi yang bertujuan agar suatu produk laku di masyarakat. Pada instansi pemerintahan, iklan layanan masyarakat juga dapat digunakan untuk mempromosikan program kerja.

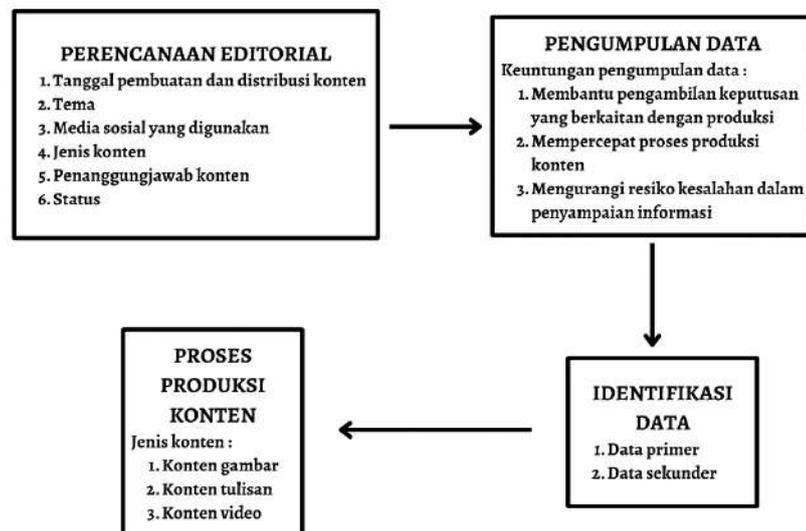
- Film Pendek

Film pendek merupakan sebuah film fiksi animasi yang memiliki durasi tidak lebih dari 60 menit.

- Reportase

Reportase adalah kegiatan jurnalistik yang meliput langsung peristiwa atau kejadian di lapangan. Jurnalis mendatangi lokasi tempat peristiwa terjadi untuk mendapatkan data dan fakta yang sesuai. Reportase merupakan bentuk investigasi yang dikemas dalam bentuk video.

Proses produksi konten diatas dapat dilihat pada skema berikut ini:



Gambar 2.1 Skema Proses Produksi Konten

Sumber : Dokumen PKL

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data dan fakta yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya tentang “Proses Produksi Konten *Instagram* Di DINSOS P3A Kabupaten Gunungkidul untuk Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin Dan Program Keluarga Harapan”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses produksi konten yang dilakukan pada *Instagram* DINSOS P3A Gunungkidul belum sesuai dengan proses buku Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah (2018:54-57). Hal ini dikarenakan mahasiswa PKL harus mengikuti peraturan dan keinginan koordinator media sosial pada DINSOS P3A Gunungkidul.
2. Beberapa tantangan yang muncul pada proses produksi konten adalah usia staf pada DINSOS P3A Gunungkidul rata-rata adalah generasi X yang kurang produktif untuk memproduksi konten. Proses unggah konten juga masih belum terorganisir dengan baik, masing-masing bidang dapat mengunggah konten tanpa koordinasi dengan pengelola media sosial yang lain. Sehingga konten yang dihasilkan tidak terfokus pada satu tema dan masih saling tumpang tindih antara satu tema dengan tema yang lain.

3. Proses produksi konten *Instagram @sosialp3agk* dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat terutama pada masa pandemi mengenai program kerja DINSOS P3A Gunungkidul terutama adalah program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin (USEP KM) dan Program Keluarga Harapan (PKH).
4. Proses produksi konten *Instagram @sosialp3agk* dilakukan melalui langkah-langkah seperti, menentukan tema, menentukan tujuan konten, menentukan target, pembuatan perencanaan editorial, pengumpulan data, dan proses produksi konten. Proses editing konten dilakukan menggunakan aplikasi Canva. Hasil dari proses produksi konten pada *Instagram @sosialp3agk* ini adalah lima konten dengan 27 unggahan.

## **B. Saran**

Berdasarkan data dan fakta yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya tentang “Proses Produksi Konten *Instagram* Di DINSOS P3AKabupaten Gunungkidul untuk Program Usaha Sosial Ekonomi Produktif Keluarga Miskin Dan Program Keluarga Harapan”, berikut beberapa saran yang mungkin dapat membantu:

1. Perlunya membuat SOP dalam proses pembuatan konten *Instagram* agar konten lebih terarah dan terstruktur. Sehingga para pembaca dan pengikut pada *Instagram @sosialp3agk* dapat dengan mudah membaca dan memahami isi konten.
2. Perlunya dibentuk tim khusus untuk mengelola media sosial. Tim khusus media sosial dibuat agar dapat fokus untuk mengelola media sosial dan tidak campur aduk. Dengan adanya tim media sosial maka proses unggah konten dapat melalui satu pintu sehingga konten dapat tersruktur dan jadwal unggahan dapat diatur dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Hardani, d. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Nugraha, D. A. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Purwono. (t.thn.). *Studi Kepustakaan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.

### Jurnal

- Artis. (2011). STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Sosial Budaya*.
- Liedfray, L. L. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*.

### Sumber lain

- Anisyafa. (2021, April 12). *Ingin Website Terlihat Menarik? Gunakan 5 Google Fonts Ini*. Diambil kembali dari bizlab: <https://bizlab.co.id/ingin-website-terlihat-menarik-gunakan-5-google-fonts-ini/>
- Editor. (2019, Januari 4). *Arti Warna dalam Psikologi, Coba Cari Makna di Balik Warna Favoritmu*. Diambil kembali dari Plus Kapanlagi: <https://plus.kapanlagi.com/arti-warna-dalam-psikologi-coba-cari-makna-di-balik-warna-favoritmu-number-aa05f5.html>
- Pratiwi, Y. R. (2021, September 27). *Peran Media Sosial Pada Instansi Pemerintah*. Diambil kembali dari Kementerian Keuangan RI: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14257/Peran-Media-Sosial-Pada-Instansi-Pemerintah.html>
- Shafira, A. (2021, Agustus 18). *Karakteristik Pengguna Media Sosial Dari Setiap Generasi*. Diambil kembali dari Krona: <https://www.krona.co.id/pengguna-media-sosial/>