

BAB I

PENDAHULUAN

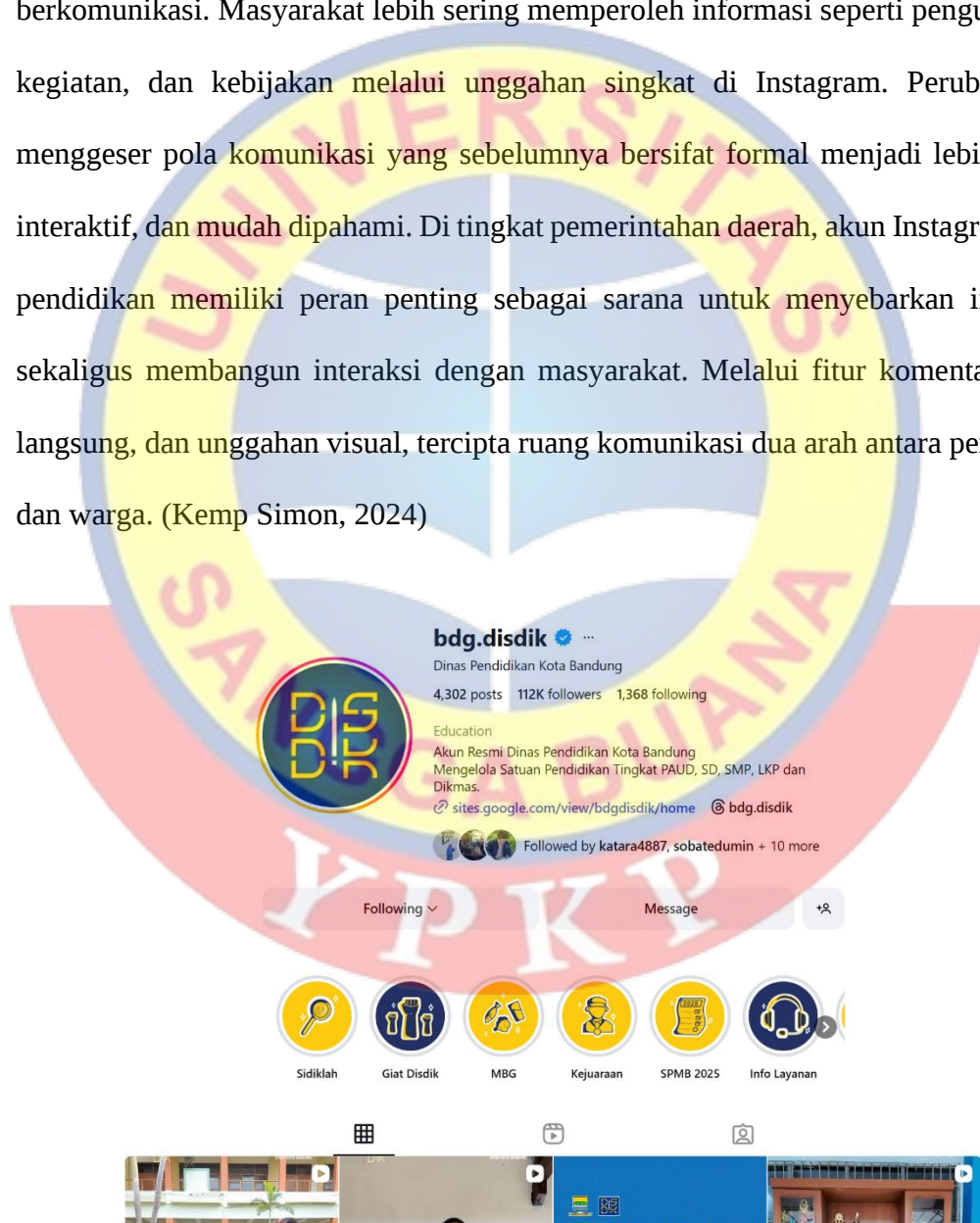
1.1 Latar Belakang

Sejak masuknya Internet ke Indonesia pada awal 1990-an, akses Internet tumbuh pesat dari komunitas akademik menuju publik luas. Dalam lima tahun terakhir terjadi kenaikan penetrasi yang konsisten: survei nasional mencatat lonjakan pengguna hingga lebih dari 200 juta orang dan penetrasi yang mendekati 79–80% populasi pada 2024. Peningkatan ini didorong oleh meluasnya jaringan seluler, penurunan harga perangkat, serta perluasan layanan ISP di kota-kota besar dan menengah. (Haryanto Agus Tri, 2024) Perkembangan pesat penggunaan Internet tersebut turut mendorong transformasi perilaku komunikasi masyarakat Indonesia, terutama dalam mengakses dan menyebarkan informasi melalui media sosial.

Media sosial telah berubah menjadi medium penting dalam interaksi sosial dan relasi organisasi, termasuk dalam konteks pemerintahan. Dalam era digital saat ini, institusi publik dituntut untuk tidak hanya menyampaikan informasi secara satu-arah, melainkan juga mampu menghadirkan komunikasi dua-arah yang responsif, adaptif, dan transparan; studi menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh pemerintah ikut mengubah pola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat menjadi lebih terbuka dan partisipatif. (Arya Kusuma et al., 2024)

Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial telah mengalami pertumbuhan pengguna yang pesat di Indonesia, sehingga fungsinya melampaui sekadar media berbagi foto menjadi medium utama untuk komunikasi publik dan layanan informasi. Peningkatan jumlah pengguna dan durasi penggunaan per hari

menunjukkan bahwa Instagram kini menjadi ruang penting bagi pemerintahan daerah untuk mencapai audiens luas. Pertumbuhan ini menimbulkan tuntutan baru bagi pemerintahan untuk mengelola konten secara sistematis agar pesan tersampaikan secara efektif. Perubahan perilaku masyarakat dalam mencari informasi, terutama di bidang pendidikan, kini mendorong lembaga publik untuk menyesuaikan cara berkomunikasi. Masyarakat lebih sering memperoleh informasi seperti pengumuman, kegiatan, dan kebijakan melalui unggahan singkat di Instagram. Perubahan ini menggeser pola komunikasi yang sebelumnya bersifat formal menjadi lebih visual, interaktif, dan mudah dipahami. Di tingkat pemerintahan daerah, akun Instagram dinas pendidikan memiliki peran penting sebagai sarana untuk menyebarkan informasi sekaligus membangun interaksi dengan masyarakat. Melalui fitur komentar, pesan langsung, dan unggahan visual, tercipta ruang komunikasi dua arah antara pemerintah dan warga. (Kemp Simon, 2024)



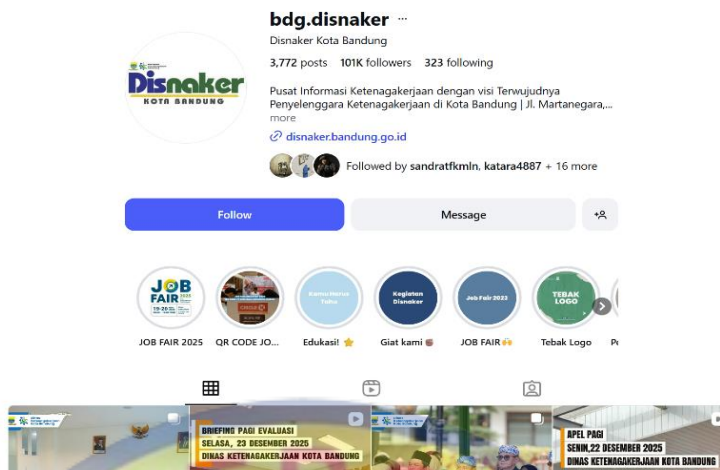
Gambar 1. 1 Akun Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung

Sumber : Arsip Peneliti, 2026

Dinas Pendidikan Kota Bandung sebagai instansi pemerintahan daerah yang menyediakan layanan pendidikan, turut menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial untuk menyebarkan informasi. Melalui akun resmi @bdg.disdik, berbagai informasi mengenai kebijakan pendidikan, program kegiatan, inovasi layanan, serta kampanye edukatif disampaikan kepada publik, khususnya warga Kota Bandung. Upaya ini bertujuan tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra kelembagaan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap program-program pendidikan.

Namun, efektivitas komunikasi tersebut sangat bergantung pada pengelolaan dan produksi konten yang terencana dengan baik. Tanpa manajemen yang sistematis, pesan yang disampaikan dapat menjadi tidak konsisten atau menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola serta memproduksi konten secara profesional menjadi hal yang penting agar komunikasi tetap efektif.

Sejalan dengan tujuan penelitian, penulis menggunakan beberapa akun Instagram instansi daerah lainnya sebagai sampel pembandingan untuk mengidentifikasi perbedaan hasil postingan konten sebagai indikator penerapan manajemen produksi konten, dengan penekanan pada akun Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung.



Gambar 1. 2 Akun Instagram Disnaker Kota Bandung

Sumber : Arsip Peneliti, 2026

Dibandingkan dengan akun Instagram instansi daerah Kota Bandung lainnya, yaitu @disbudpar.bdg dan @bdg.disnaker, akun Dinas Pendidikan Kota Bandung (@bdg.disdik) menunjukkan keunggulan yang paling menonjol dalam pengelolaan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Keunggulan ini terlihat dari jumlah pengikut yang paling tinggi, yang mencerminkan luasnya jangkauan audiens serta tingginya kebutuhan masyarakat terhadap informasi pendidikan. Sebagai instansi yang bersentuhan langsung dengan kepentingan publik lintas kelompok, mulai dari peserta didik, orang tua, tenaga pendidik, hingga satuan pendidikan, akun @bdg.disdik berhasil menempatkan Instagram sebagai kanal informasi utama yang relevan dan dibutuhkan.



Gambar 1. 3 Akun Instagram Disbudpar Kota Bandung

Sumber : Arsip Peneliti, 2026

Keunggulan tersebut juga tercermin melalui penerapan identitas visual dan strategi branding yang konsisten. Penggunaan logo resmi, pemilihan warna biru dan kuning yang kontras, serta keseragaman desain konten membentuk citra institusional yang profesional dan mudah dikenali. Konsistensi visual ini berkontribusi pada kejelasan pesan yang disampaikan sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan publik, terutama jika dibandingkan dengan akun Disbudpar dan Disnaker yang masih cenderung menampilkan visual formal tanpa karakter visual yang kuat dan berkelanjutan.

Selain aspek visual, pengelolaan konten pada akun @bdg.disdik juga terlihat melalui pemanfaatan fitur Instagram Highlights yang tertata dan berorientasi pada pelayanan informasi. Kategori seperti Giat Disdik, Sidiklah, MBG, Kejuaraan, SPMB

2025, dan Info Layanan mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi penting yang berkaitan dengan kebijakan serta layanan pendidikan. Pengelompokan ini menunjukkan bahwa akun Dinas Pendidikan tidak hanya difungsikan sebagai media dokumentasi kegiatan, tetapi juga sebagai pusat informasi publik yang terstruktur dan berkesinambungan.

Ditinjau dari ragam konten yang disajikan, akun @bdg.disdik menampilkan kombinasi antara dokumentasi aktivitas, penyampaian kebijakan, informasi layanan pendidikan, dan publikasi capaian prestasi. Karakter konten yang edukatif, informatif, dan aplikatif tersebut mendorong peningkatan pemahaman serta keterlibatan audiens. Pola ini berbeda dengan akun Disbudpar yang lebih berfokus pada promosi kegiatan kebudayaan dan pariwisata, serta akun Disnaker yang menitikberatkan pada informasi ketenagakerjaan. Dengan demikian, fungsi komunikasi yang dijalankan oleh akun Dinas Pendidikan dapat dikatakan lebih menyeluruh dan strategis.

Secara umum, akun Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung dapat dinilai sebagai akun instansi daerah yang paling optimal dalam menjalankan peran komunikasi publik melalui media sosial. Pengelolaan konten yang dilakukan secara konsisten, terstruktur, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat menjadikan akun @bdg.disdik lebih unggul dibandingkan akun instansi daerah lainnya. Oleh karena itu, akun ini dinilai relevan dan layak dijadikan objek penelitian untuk mengkaji manajemen produksi konten Instagram pada instansi pemerintah daerah, khususnya dalam konteks penyampaian informasi dan komunikasi publik di bidang pendidikan.

Dalam lingkungan pemerintahan daerah, khususnya pada instansi yang memiliki fungsi edukasi dan pelayanan publik, seperti Dinas Pendidikan, tantangan pengelolaan media sosial kian kompleks. Misalnya, produksi konten Instagram tidak

hanya mencakup pembuatan visual dan caption, namun juga pengorganisasian tim, perencanaan tema, strategi publikasi, hingga pengukuran efektivitas *engagement*. (Zahirah Zharfan et al., n.d.)



Gambar 1. 4 Piagam Penghargaan Media Sosial Terinformatif

Sumber : Arsip Peneliti, 2025

Secara spesifik piagam penghargaan yang diterima oleh Dinas Pendidikan Kota Bandung sebagai “Juara 1 Pengelolaan Media Sosial Terinformatif” (ditandatangani oleh Walikota Bandung) menunjukkan bahwa instansi ini telah mendapatkan pengakuan atas capaian manajemen media sosialnya. Dokumentasi berupa piagam penghargaan ini menjadi titik awal untuk mengeksplorasi manajemen produksi konten Instagram di lingkungan dinas pendidikan daerah. Dalam konteks penelitian, piagam ini bukan sekadar penghargaan, melainkan bukti empiris bahwa institusi telah memasuki tahap pengelolaan media sosial yang cukup relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Fenomena tersebut memberikan indikasi bahwa lembaga ini telah melakukan upaya yang signifikan dalam produksi konten digital dan pemanfaatan Instagram sebagai kanal publik, sekaligus memunculkan pertanyaan bagaimana Analisis Manajemen Produksi Konten tersebut dijalankan secara operasional.

Pentingnya penelitian ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, meskipun banyak kajian mengenai pemanfaatan media sosial oleh pemerintahan, ada kekosongan khusus yang mengkaji secara mendalam proses internal manajemen produksi konten di instansi pendidikan pemerintah daerah, khususnya Instagram yang kini menjadi platform populer. Kedua, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang memungkinkan pemahaman kontekstual, mendalam, dan rinci atas praktik manajerial di lapangan. Ketiga, dengan menggunakan piagam penghargaan sebagai fenomena empiris, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan teoretis: secara praktis memberi masukan bagi Dinas Pendidikan Kota Bandung (dan instansi sejenis) dalam memperkuat manajemen konten; secara teoretis menguji relevansi konsep PDCA dalam konteks produksi konten media sosial pemerintahan.

Instansi pemerintahan di tingkat daerah masih kerap mengalami hambatan dalam mengatur dan mengoordinasikan pengelolaan konten di media sosial. Kondisi tersebut dapat menyebabkan ketidakterpaduan antara tema yang diangkat, mutu penyajian informasi, serta tingkat ketercapaian audiens yang dituju.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam tentang Analisis Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung sebagai alat penyebar informasi. Fokus kajian meliputi Analisis Manajemen Produksi Konten serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Kajian ini menjadi penting dalam rangka memahami praktik

manajemen produksi konten instagram sebagai alat penyebar informasi, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan praktis terhadap pengelolaan media sosial oleh lembaga pemerintah.

1.2 Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tidak terlalu luas penelitian ini mengacu pada analisis manajemen produksi konten Instagram sebagai media informatif pada instansi pemerintahan.

1.3 Identifikasi Masalah

Akun Instagram @bdg.disdik telah menunjukkan capaian yang signifikan, termasuk meraih penghargaan "Juara 1 Pengelolaan Media Sosial Terinformatif" dari Pemerintah Kota Bandung. Namun di balik capaian tersebut, peneliti menemukan dua tantangan struktural dalam produksi kontennya. Pertama, tingginya volume kegiatan dinas tidak sebanding dengan jumlah personel tim humas yang tersedia, sehingga berimplikasi pada distribusi beban kerja yang tidak merata. Kedua, perencanaan konten liputan masih dilakukan secara spontan di lapangan, berbeda dengan konten inisiatif humas yang sudah dirancang melalui content plan yang lebih terstruktur. Kondisi ini relevan dengan konsep manajemen produksi yang mensyaratkan keseimbangan antara input, proses, dan output secara konsisten.

Untuk memahami kondisi tersebut secara operasional, penelitian ini menggunakan kerangka siklus PDCA (Plan, Do, Check, Act) sebagai alat analisis guna menelaah setiap tahapan manajemen produksi konten secara sistematis

Berdasarkan uraian di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung?
2. Bagaimana analisis faktor pendukung dan penghambat dalam Analisis Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung?
3. Bagaimana analisis cara menilai keberhasilan konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan

1. Untuk menganalisis Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis faktor pendukung dalam Analisis Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis keberhasilan konten Dinas Pendidikan Kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara teoritis ataupun praktis.

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan manajemen media sosial di sektor publik. Hasil kajian ini juga dapat digunakan sebagai landasan teoritik untuk penelitian sejenis pada institusi pemerintahan lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Bagi Dinas Pendidikan Kota Bandung, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan dalam pengelolaan konten media sosial. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kualitas komunikasi publik digital, baik dalam aspek teknis produksi maupun manajerial.



1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian penelitian mengenai “Manajemen Produksi Konten Instagram Dinas Pendidikan Kota Bandung” terdiri dari Lima BAB, dengan sistematika Penelitian yang terdiri dari :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, sistematika penelitian skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang rangkaian teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik analisis data, teknik keabsahan data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta pembahasan yang mengaitkan temuan lapangan dengan kerangka teori PDCA secara sistematis.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan atas keseluruhan hasil penelitian yang menjawab identifikasi masalah, serta saran yang ditujukan bagi Dinas Pendidikan Kota Bandung maupun bagi penelitian selanjutnya.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pendidikan Kota Bandung. Penelitian ini direncanakan dilaksanakan di Kantor Dinas Pendidikan Kota Bandung yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No.239, Kota Bandung, serta melalui observasi terhadap akun Instagram resmi Dinas Pendidikan Kota Bandung (@bdg.disdik). Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan selama tiga bulan, terhitung sejak Oktober hingga Februari 2026.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Penelitian					
2	Penyusunan Bab I					
3	Penyusunan Bab II					
4	Penyusunan Bab III					
5	Seminar SKRIPSI					
6	Penyusunan Bab IV					
7	Penyusunan Bab V					
8	Sidang Akhir					