

PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL INSTAGRAM PEMERINTAH: STUDI KASUS PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA SUKABUMI

Siti Itsnaeni Hilyati¹, Vivien Febri Astuti²

itsnaenihilyati@gmail.com¹, vivien-fas@apps.ipb.ac.id²

Sekolah Vokasi IPB University

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai produksi konten visual dan audiovisual Instagram @diskominfo_sukabumikota menggunakan teori produksi Gerald Millerson (2009), yang mencakup tahapan: pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data primer diperoleh melalui observasi, partisipasi aktif dan wawancara. Sementara data sekunder dari studi literatur dan arsip publikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi konten visual mencakup ide, materi, visualisasi, revisi, publikasi. Produksi audiovisual mengikuti tahapan Millerson secara menyeluruh. Tiga jenis konten yang rutin diproduksi adalah klarifikasi hoaks, literasi digital dan berita. Diskominfo Kota Sukabumi memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam menyampaikan informasi. Efektivitas produksi konten tidak hanya dari isi pesan, melainkan kreativitas, konsistensi serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan dinamika Instagram yang terus berkembang.

Kata Kunci: Audiovisual, Diskominfo, Instagram, Produksi, Visual.

ABSTRACT

This research aims to provide a clear picture of the production of visual and audiovisual content on Instagram @diskominfo_sukabumikota using Gerald Millerson's production theory (2009), which includes the stages: pre-production, production and post-production. The method used is descriptive qualitative with a case study approach. Primary data was obtained through observation, active participation and interviews. While secondary data from literature studies and publication archives. The results showed that the visual content production includes ideas, materials, visualization, revision, publication. Audiovisual production follows Millerson's stages thoroughly. Three types of content that are routinely produced are hoax clarification, digital literacy and news. Diskominfo Kota Sukabumi utilizes Instagram features to reach a wider audience in delivering information. The effectiveness of content production is not only the content of the message, but also creativity, consistency and adaptability to the changing dynamics of Instagram.

Keywords: Audiovisual, Diskominfo, Instagram, Production, Visual.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi membawa perubahan yang signifikan dalam proses komunikasi. Saat ini, informasi dapat diperoleh dan disampaikan dengan cepat melalui saluran komunikasi berbasis internet atau yang lebih dikenal sebagai media baru. Nurdin et al. (2024) mengungkapkan bahwa media baru mencakup segala bentuk konten digital yang dapat diakses melalui internet. Media sosial adalah salah satu platform media baru yang menjadi alat utama dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun, penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah juga menghadapi tantangan, seperti memastikan keakuratan informasi dan mencegah penyebaran hoaks.

Media sosial memiliki potensi besar sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi, tidak hanya bagi individu, tetapi juga perusahaan dan lembaga pemerintahan. Keunggulannya terletak pada aksesibilitas yang tinggi, tanpa batas ruang dan waktu, meskipun tetap bergantung pada internet. Jumlah pengguna yang besar memungkinkan media sosial mampu untuk menjangkau khalayak luas. Berdasarkan hasil riset We Are

Social (dalam Mahdi 2022), jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,35 persen dibandingkan pada tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer, dengan pengguna terbanyak kedua setelah WhatsApp. Berdasarkan riset “Data Digital Indonesia 2024” oleh We Are Social, persentasenya mencapai 85.3 persen pada Januari 2024 (Riyanto 2024). Instagram juga merupakan platform yang tepat untuk publikasi, hal ini dikarenakan fitur-fiturnya yang beragam seperti story, reels, highlight, live, dll (Abidin dan Soegiarto 2021). Hal ini menjadikan Instagram sebagai platform yang tepat bagi instansi pemerintah untuk menyebarluaskan informasi serta meningkatkan keterlibatan publik terhadap informasi yang disampaikan.

Perkembangan teknologi mendorong instansi pemerintah di Indonesia untuk mengikuti tren dan perkembangan dalam produksi konten visual dan audiovisual di Instagram. Hal ini dilakukan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas melalui pembuatan konten-konten yang menarik dan berkualitas. Organisasi pemerintah yang resmi dibentuk pada 11 September 1969 ini, telah melakukan penyebaran informasi dan komunikasi melalui akun Instagram @diskominfo_Sukabumikota.

Akun Instagram resmi @diskominfo_sukabumikota sudah aktif digunakan sejak Desember 2018. Hingga Februari 2025, akun sudah memiliki lima ribu lebih followers dan empat ribu lebih unggahan. Akun ini menjadi sarana penyebarluasan informasi kepada masyarakat secara cepat dan interaktif. Sebagai instansi pemerintah yang berperan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, Diskominfo harus memastikan informasi yang diterima masyarakat akurat dan terpercaya.

Instagram menjadi media komunikasi publik yang penting bagi Diskominfo, yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, interaktif, dan luas. Ini sejalan dengan UU nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, yang menegaskan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang transparan dari pemerintah. Produksi konten di akun Instagram @diskominfo_sukabumikota, dalam penerapan UU No. 14 Tahun 2008, mengharuskan semua informasi yang dihasilkan melalui konten harus akurat, benar dan dapat diakses oleh publik serta terjamin transparansi dan akuntabilitas informasinya.

Usmiati (2023) menyatakan produksi konten adalah kegiatan menghasilkan suatu produk berupa informasi melalui media atau produk elektronik, baik berupa video, gambar, suara, dll. Konten yang diproduksi oleh @diskominfo_sukabumikota berfokus pada informasi publik dan literasi digital, termasuk klarifikasi kabar hoaks dengan format penyajian konten berupa infografis (gambar) dan reels (video). Klarifikasi kabar hoax melalui konten “cek fakta” serta infografis dibuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berita palsu.

Upaya Diskominfo Kota Sukabumi dalam produksi konten, berhasil mendapat apresiasi di tingkat Provinsi pada Oktober 2024. Dua penghargaan didapatkan Diskominfo, sebagai Unit Saber Hoaks Daerah Teraktif serta Social Media of The Year kategori Pemerintah Kota dan Kabupaten. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya produksi konten visual dan audiovisual yang efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat.

Produksi konten visual dan audiovisual yang efektif berperan dalam menarik minat audiens. Sebagai instansi yang bertanggung jawab atas komunikasi publik, Diskominfo Kota Sukabumi harus memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya menyampaikan pesan dengan jelas. Konten juga harus menarik perhatian audiens agar dapat meningkatkan interaksi dan kepercayaan masyarakat.

Pemilihan topik dalam penelitian didasarkan pada realitas bahwa perkembangan teknologi digital telah mendorong instansi pemerintahan untuk beradaptasi dalam

menyampaikan informasi kepada publik secara cepat melalui media sosial. Instagram dengan pengguna yang banyak, menjadi media strategis bagi instansi pemerintahan dalam membangun komunikasi publik. Mengkaji proses produksi konten visual dan audiovisual akun @diskominfo_sukabumikota, penting untuk memahami bagaimana produksi konten dijalankan agar pesan tersampaikan dengan efektif sehingga mampu membangun kepercayaan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai proses produksi konten visual dan audiovisual Instagram Diskominfo Kota Sukabumi menggunakan teori produksi Gerald Millerson (2009) yang mencakup tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Penelitian juga mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam proses produksi. Hasil temuan diharapkan dapat memberikan gambaran bagi Diskominfo Kota Sukabumi dalam meningkatkan efektivitas produksi konten.

Pemilihan akun @diskominfo_sukabumikota sebagai objek didasarkan pada keberhasilan instansi ini dalam memanfaatkan Instagram sebagai saluran komunikasi yang informatif dan interaktif. Penelitian sebelumnya oleh Thifalia dan Susanti (2021) mengungkapkan produksi konten visual dan audiovisual media sosial Lembaga Sensor Film, yang dilakukan dengan tahapan ide, visualisasi, revisi, hingga publikasi untuk konten visual, serta pra-produksi hingga pasca-produksi untuk konten audiovisual. Namun, penelitian belum mengevaluasi efektivitas produksi konten yang dibuat. Penelitian ini lebih terfokus pada satu platform yaitu Instagram @diskominfo_sukabumikota dengan mengidentifikasi efektivitasnya dalam produksi konten sebagai bagian dari strategi komunikasi digital Pemerintah Daerah.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai produksi konten visual dan audiovisual yang dilakukan oleh akun Instagram @diskominfo_Sukabumikota. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi produksi konten secara kontekstual dalam satu institusi tertentu, yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

Penelitian dilakukan secara offline di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang berlokasi di Jl. Syamsudin. SH No.25, Cikole, Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat, 43113. Pengumpulan data dilaksanakan selama pelaksanaan magang yang berlangsung empat bulan, pada Januari hingga Juni 2025. Data primer diperoleh dari observasi langsung serta partisipasi aktif dalam kegiatan produksi konten visual dan audiovisual untuk memahami prosesnya lebih mendalam. Data juga dikumpulkan melalui wawancara dengan salah satu anggota Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) bagian Pranata Hubungan Masyarakat.

Instrumen penelitian berupa panduan wawancara untuk menggali informasi terkait proses produksi konten, tantangan yang dihadapi, serta efektivitas konten yang telah dipublikasikan. Data sekunder diperoleh dari buku, internet, artikel penelitian, jurnal, penelitian sebelumnya dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian` (Pusnamasari et al. 2023). Data juga diambil dari arsip publikasi unggahan Instagram @diskominfo_sukabumikota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan Instagram oleh Diskominfo Kota Sukabumi

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Sukabumi mulai aktif menggunakan Instagram sejak Desember 2018. Akun Instagram resmi @diskominfo_sukabumikota digunakan sebagai media penyebarluasan informasi publik, edukasi digital, dan sarana membangun citra positif pemerintah daerah melalui berbagai konten yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada Masyarakat. Konten yang dipublikasikan disesuaikan dengan empat pilar utama, yaitu inform, education, entertaint dan promotion. Hal ini dilakukan guna menjangkau khalayak dari berbagai segmen dengan pendekatan yang informatif dan menarik.

Jenis konten yang paling sering diunggah oleh Diskominfo meliputi reels berita, literasi digital dan Klarifikasi hoaks. Hal ini sejalan dengan tupoksi Diskominfo dalam penyebarluasan informasi pemerintah daerah serta mendorong literasi digital di masyarakat. Fitur Instagram yang digunakan meliputi postingan feeds, reels, story dan highlight. Reels digunakan untuk konten yang membutuhkan penyampaian cepat dan visual menarik, sedangkan feed infografis dipilih untuk konten dengan penjelasan panjang yang sulit disampaikan lewat video singkat.

Fitur highlight digunakan untuk mengarsipkan konten penting seperti anti hoax dan digital tips. Konten hoax menjadi fokus Diskominfo Kota Sukabumi dalam upaya menjaga ruang digital yang aman, sehat dan informatif. Fitur story dan kolaborasi dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan serta visibilitas konten, termasuk dalam mempromosikan kegiatan dari dinas maupun organisasi lain yang menandai akun Diskominfo.

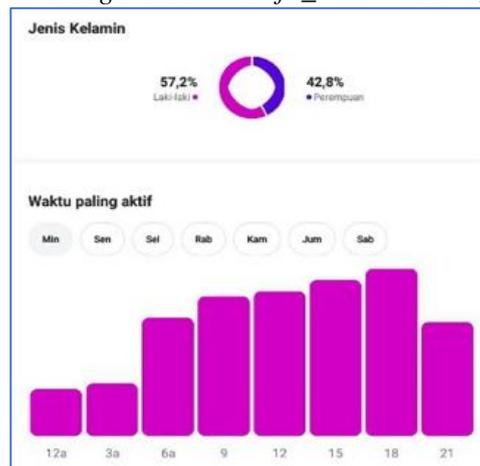
Akun Instagram @diskominfo_Sukabumikota secara umum dimanfaatkan sebagai sarana edukasi dan informasi digital, khususnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isi-isu penting yang diunggah secara rutin melalui konten literasi digital dan Klarifikasi hoaks. Komunikasi dua arah dengan masyarakat dilakukan dengan aktif membalas komentar dan pesan yang masuk melalui Instagram untuk meningkatkan partisipasi publik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram untuk Diskominfo Kota Sukabumi tidak hanya sebagai media publikasi, tetapi juga media literasi yang responsif terhadap kebutuhan informasi Masyarakat.



Gambar 1. Audiens Berdasarkan Rentang Usia
(Sumber: *Insight @diskominfo_sukabumikota, 2025*)



Gambar 2. Insight Berdasarkan Jenis Konten
(Sumber: *Insight @diskominfo_sukabumikota, 2025*)



Gambar 3. Audiens Berdasarkan Jenis Kelamin dan Waktu Aktif
(Sumber: *Insight @diskominfo_sukabumikota, 2025*)

Berdasarkan insight akun @diskominfo_sukabumikota pada Mei 2025, audiens didominasi oleh kelompok umur 25-34 tahun, sehingga konten yang disusun perlu menyesuaikan dengan kebutuhan dan minat kelompok usia produktif ini, yaitu konten yang informatif dan mudah dipahami. Secara gender, jumlah laki-laki 57,2 persen lebih banyak dibandingkan perempuan 42,8 persen. Feed dan reels menjadi konten yang paling efektif untuk menjangkau audiens. Ini menunjukkan bahwa kombinasi antara visual dan audiovisual diperlukan dalam strategi konten. Waktu paling aktif audiens berada pada pukul 09.00, 12.00, 15.00 dan 18.00, sehingga waktu unggah konten bisa menyesuaikan dengan jam-jam tersebut untuk memaksimalkan jangkauan dan interaksi.

2. Produksi Konten Instagram Diskominfo Kota Sukabumi

Produksi konten visual dan audiovisual pada akun Instagram @diskominfo_sukabumikota merupakan bagian dari strategi komunikasi publik yang dirancang secara sistematis, mulai dari perencanaan hingga publikasi. Setiap konten yang diproduksi telah melalui tahapan tertentu agar selaras dengan tujuan penyebaran informasi yang efektif, menarik dan sesuai kebutuhan masyarakat di era digital. Tahapan produksi tidak hanya menekankan pada aspek visual, tetapi juga keakuratan informasi, penyusunan pesan yang komunikatif serta strategi yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Produksi dilakukan secara terstruktur untuk memberikan konten yang informatif, menarik dan berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital masyarakat. Khususnya dalam kemampuan mengakses, memahami dan memverifikasi informasi yang diterima untuk menekan penyebaran hoaks. Hal ini sejalan dengan tagline instansi, saring sebelum sharing.

Tahap perencanaan konten dimulai dengan pencarian ide dan penentuan topik konten yang akan diproduksi. Konten seringkali dibuat mengikuti tren dan perkembangan yang ada.

Sumber data untuk konten didapatkan melalui peliputan, data statistik dan referensi-referensi literasi digital lainnya. Pembuatan naskah dilakukan dengan menyesuaikan gaya bahasa dan format penyajian konten.

Diskominfo Kota Sukabumi selalu memastikan naskah disusun berdasarkan sumber-sumber yang terverifikasi. Naskah yang telah mendapat persetujuan, dilanjutkan ke produksi konten, yaitu tahap eksekusi yang melibatkan pembuatan desain visual, pengambilan gambar, hingga proses editing untuk menghasilkan konten akhir yang siap di publikasikan. Konten akhir akan melalui tahapan review dan approval, dimana konten akan ditinjau oleh mentor. Apabila terdapat kekurangan, akan dilakukan revisi hingga mendapatkan persetujuan akhir.

Konten yang telah disetujui, selanjutnya dapat dipublikasikan. Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi, yang dilakukan dengan untuk memantau performa konten setelah dipublikasikan. Hal ini dilihat berdasarkan jumlah tayangan, like, komentar, maupun share. Hasil evaluasi akan menjadi bahan perbaikan untuk produksi konten selanjutnya.

Tabel 1. Jenis-jenis konten visual dan audiovisual Diskominfo Kota Sukabumi

No	Jenis Konten	Bentuk	Gambar dan Keterangan Konten
1.	Klarifikasi Hoaks	<i>Feed/reels</i>	 <p>Konten edukasi terkait (<i>hoax</i>) yang tengah beredar di masyarakat, guna mengurangi penyebaran informasi palsu yang menyesatkan.</p>
2.	Foto Kegiatan (<i>Photo Collage</i>)	<i>Feed</i>	 <p>Konten kolase foto yang ringkas dan informatif, disertai kutipan pejabat daerah untuk menambah konteks dan kekuatan pesan.</p>
3.	Infografis	<i>Feed</i>	 <p>Konten informasi bersifat data atau penjelasan kompleks dalam bentuk visual yang sederhana dan mudah di mengerti.</p>

4.	Berita Kegiatan	Reels	 <p>Konten video singkat yang menampilkan ringkasan kegiatan pemerintahan. Dilengkapi dengan narasi, teks informatif, serta cuplikan wawancara untuk mendukung penyampaian pesan.</p>
5.	Literasi Digital	Feed/reels	 <p>Konten dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya literasi digital.</p>

(Sumber: Postingan Instagram @diskominfo_sukabumikota)

3. Produksi Konten Visual (Gambar)

Produksi konten visual mencakup unggahan berbentuk gambar statis seperti infografis, foto kegiatan, maupun konten lainnya yang menampilkan elemen komunikasi visual. Setiap konten visual, dibuat dengan mempertahankan identitas kelembagaan, melalui penggunaan elemen desain seperti warna khas, logo instansi, dan ilustrasi yang sesuai. Produksi konten visual dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu ide, materi, visualisasi, revisi, dan publikasi.



Gambar 4. Proses Produksi Konten Visual Diskominfo Kota Sukabumi
(Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2025)

a. Ide

Produksi konten visual dimulai dari proses pengembangan ide yang dihasilkan melalui sesi brainstorming dengan tim dalam rapat maupun diskusi harian. Pada tahap ini, seluruh tim bertukar gagasan mengenai topik yang akan diangkat dan visualisasi yang akan dibuat. Sumber ide seringkali berasal dari agenda kegiatan Pemerintah Kota Sukabumi seperti dokumentasi kegiatan rapat, kunjungan kerja, peluncuran program, hingga peringatan hari-hari besar. Ide tidak hanya terbatas pada agenda internal, tim juga melakukan riset terhadap topik-topik yang sedang trending maupun topik yang menarik untuk dibuat.

b. Materi

Materi mencakup data, teks narasi yang ditampilkan dalam desain, kutipan tokoh, serta foto kegiatan yang relevan. Sumber materi dapat berasal dari arsip internal Diskominfo, surat edaran resmi, maupun informasi dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lainnya yang berkaitan dengan program atau informasi penting yang perlu diketahui masyarakat. Pencarian data dan informasi juga dilakukan melalui internet, khususnya untuk topik-topik trending maupun konten edukatif yang membutuhkan research mendalam.

Materi yang diperoleh akan dikurasi agar tetap akurat dan mudah dipahami. Teks narasi disusun secara ringkas dan komunikatif, sementara data kutipan diambil dari portal berita resmi <https://sukabumikota.go.id/>, dengan memilih kutipan yang relevan dan memperkuat isi pesan dalam konten. Pemilihan foto dilakukan dengan memperhatikan kualitas visual dan keterkaitannya dengan konteks informasi. Sehingga, konten yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara estetika.

c. Visualisasi

Visualisasi desain dilakukan menggunakan software Canva dengan mengikuti panduan atau gaya editing Diskominfo Kota Sukabumi. Desain dibuat dengan template khusus yang telah disiapkan sesuai dengan jenis kontennya. Setiap template memiliki penataan elemen visual yang konsisten, termasuk penggunaan logo yang secara tetap ditempatkan di bagian tengah atas desain sebagai penanda resmi instansi dan di bagian bawah terdapat informasi media sosial dan situs website resmi Diskominfo.

Penggunaan template mengalami perubahan-perubahan dalam jangka waktu tertentu, sehingga penggunaannya tidak membatasi kreativitas tim desain. Visualisasi juga mencakup pemilihan elemen grafis yang relevan dengan topik untuk memperkuat penyampaian pesan. Penggunaan palet warna untuk setiap jenis konten dibedakan, dengan dominasi warna biru dan putih sebagai ciri khas Diskominfo Kota Sukabumi. Font yang digunakan meliputi Intro Rush, Lazydog, Made Tommy Soft, Lemon Milk dan Poppins. Semua aspek disusun dengan memperhatikan keterbacaan teks, tata letak proporsional dan keselarasan antar elemen.

d. Revisi

Proses revisi konten dilakukan untuk memastikan pesan yang disampaikan sudah tepat, tidak mengandung kesalahan serta layak untuk dipublikasikan. Revisi biasanya bersifat minor atau kecil, mencakup perbaikan tata bahasa, kesalahan penulisan (typo), perubahan warna latar, elemen desain, hingga reposisi elemen grafis agar tampilan lebih proporsional dan menarik secara visual.

e. Publikasi

Konten yang telah direvisi dan disetujui akan dilanjutkan ke tahap publikasi. Waktu publikasi umumnya dilakukan pada hari yang sama dengan pembuatan desain, mengingat akun Instagram Diskominfo aktif memposting konten setiap harinya. Sebagian besar konten langsung diunggah setelah proses pengerjaan selesai, agar informasi dapat tersampaikan secara cepat dan relevan dengan waktu kejadian atau topik yang sedang berlangsung.

4. Produksi Konten Audiovisual (Video) berdasarkan Teori Gerald Millerson

Konten audiovisual yang diproduksi Diskominfo Kota Sukabumi terbagi menjadi dua kategori, yaitu konten berita dan literasi digital. Konten berita disajikan dalam bentuk reels berdurasi 1-1 menit 30 detik. Konten ini berisi dokumentasi kegiatan di lingkungan Pemerintah Kota Sukabumi atau Organisasi Perangkat Daerah yang dilengkapi dengan wawancara singkat sebagai penjelas narasi visual. Konten literasi digital disusun berdasarkan tren dan kebutuhan masyarakat dengan durasi 1-2 menit. Proses produksinya bisa melibatkan talent maupun footage pendukung yang relevan, dengan melalui tiga tahapan produksi.



Gambar 5. Proses Produksi Konten Audiovisual Gerald Millerson
(Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2025)

a. Pra-Produksi

Pra Produksi diawali dengan perencanaan ide konten yang dihasilkan melalui diskusi dengan tim, untuk menentukan topik yang akan diangkat, dengan mempertimbangkan tren dan kebutuhan masyarakat. Ide dan konsep yang matang, akan dilanjutkan ke tahap

penyusunan naskah. Tahap ini juga mencakup penentuan talent, lokasi pengambilan gambar, serta pembagian peran dalam tim produksi (crew). Berbagai kebutuhan teknis produksi mulai dari kamera, mikrofon, hingga properti lainnya dipersiapkan untuk memastikan proses produksi berjalan lancar, efektif dan efisien dari segi waktu maupun sumber daya.

b. Produksi

Tahap kedua dimulai dengan briefing, pengecekan teknis seperti tes kamera, kemudian pengambilan gambar. Produksi konten dilakukan menggunakan perangkat kamera DSLR maupun ponsel. Durasi proses produksi umumnya berkisar antara 30 menit sampai 1 jam, menyesuaikan dengan kompleksitasnya. Teknik pengambilan gambar umumnya menggunakan medium shot, sementara camera movement yang digunakan seperti transisi dari atas ke bawah (tilt) hingga gerakan dari zoom in ke zoom out.

c. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap akhir dalam produksi konten audiovisual. Berdasarkan teori produksi Gerald Millerson, tahap ini terdiri dari capturing, logging, editing pictures, editing sound, final cut dan preview. Keenam tahapan tersebut tercermin secara implisit dalam praktik yang dijalankan Diskominfo Kota Sukabumi. Editing dimulai dengan memindahkan hasil pengambilan gambar ke software editing (capturing).

Software yang digunakan meliputi CapCut dan Canva yang dianggap simple dalam penggunaannya, mengingat konten yang diproduksi Diskominfo cenderung pendek. Selain itu, fitur-fitur yang dimiliki aplikasi CapCut dan Canva cukup memfasilitasi kebutuhan editing Diskominfo Kota Sukabumi. Tahap selanjutnya, memilih hasil pengambilan gambar, termasuk offline editing yang mencakup pemotongan dan penyambungan klip video secara kasar sesuai naskah (logging).

Proses beralih ke online editing, meliputi penambahan efek visual, transisi, teks narasi atau poin penting, animasi, penyesuaian warna (color grading), serta pemberian identitas visual seperti logo Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang disisipkan di bagian tengah atas video dan di bagian akhir video (editing pictures). Konten reels yang menyertakan wawancara seperti reels berita kegiatan, biasanya ditambahkan nama narasumber dan subtitle untuk memperjelas isi pesan. Penguntingan audio meliputi pemilihan musik latar (background music), pengaturan volume, serta sinkronisasi suara agar nyaman didengar (editing sound).

Hasil akhir video di simpan dalam format MP4 dengan resolusi 1080p hingga 2k sebagai bentuk dari tahapan (final cut). Proses editing umumnya membutuhkan waktu sekitar 1-2 hari. Namun pada banyak kasus, produksi dilakukan dalam 1 hari, mulai dari pengambilan gambar hingga editing, terutama jika tidak ada revisi yang signifikan. Konten yang lebih kompleks, seperti video dedikasi untuk Pejabat Wali Kota di akhir masa jabatannya, editing dapat memakan waktu lebih lama agar hasilnya optimal.

Konten audiovisual dilengkapi template cover khusus yang digunakan secara konsisten. Isinya memuat elemen desain tetap, seperti layout dan tipografi, sementara latar gambar, judul dan elemen pendukung lainnya disesuaikan dengan isi konten. Penggunaan template ini bertujuan untuk menjaga kerapian tampilan luar video dan menciptakan kesan visual yang menarik dan seragam di seluruh konten.

Konten yang selesai di edit akan melalui tahap review oleh atasan. Dalam proses ini, konten bisa langsung mendapatkan persetujuan (approval) dan diunggah, atau perlu melakukan revisi terlebih dahulu sebelum disetujui (preview). Konten biasanya diunggah dengan melibatkan fitur instastory, tag dan collaboration, terutama jika konten tersebut melibatkan pihak eksternal, hal ini dilakukan agar jangkauan dan interaksi konten lebih maksimal.

5. Faktor Keberhasilan dan Tantangan dalam Produksi Konten

Keberhasilan produksi konten di akun @diskominfo_sukabumikota dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kualitas sumber daya manusia yang mampu beradaptasi dengan perubahan algoritma dan tren, partisipasi aktif dari internal dalam bentuk dukungan ide dan arahan, dokumentasi yang bagus, layout, warna dan isi konten yang sesuai, serta pemanfaatan data insight sebagai dasar pengembangan konten. Konsistensi unggahan juga turut menopang eksistensi akun, meskipun belum memiliki perencanaan konten yang sistematis.

Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu dan jumlah sumber daya manusia, alat produksi dan perangkat lunak, rendahnya interaksi publik dalam postingan serta perubahan algoritma Instagram. Konten dengan insight yang tinggi direfleksikan dalam konten yang akan dibuat selanjutnya. Diskominfo juga menghindari penggunaan pola yang sama dari setiap konten, mengingat tingkat kebosanan audiens di media sosial sangat cepat. Kekurangan SDM belum memiliki solusi hingga saat ini, kehadiran Mahasiswa magang membantu mengatasi permasalahan sumber daya yang kurang. Merespons tantangan tersebut, Diskominfo Kota Sukabumi menerapkan beberapa solusi, seperti penggunaan template desain untuk efisiensi waktu produksi, diskusi harian sebagai bentuk perencanaan konten, serta evaluasi berkala berdasarkan data insight guna meningkatkan kualitas dan efektivitas produksi.

KESIMPULAN

Instagram telah menjadi media komunikasi yang penting bagi instansi pemerintahan dalam menjangkau masyarakat secara luas, cepat dan interaktif. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi memanfaatkan akun Instagram @diskominfo_sukabumikota sebagai platform untuk publikasi informasi, literasi digital dan klarifikasi hoaks, dengan fokus utama pada keakuratan informasi dan peningkatan kesadaran masyarakat terkait hoaks. Produksi terdiri dari tahapan pra-produksi, produksi dan pasca produksi untuk konten audiovisual serta ide, materi, visualisasi, revisi dan publikasi untuk konten visual yang disusun dengan detail untuk memastikan konten yang diproduksi menarik, relevan dan akurat.

Diskominfo Kota Sukabumi berhasil memanfaatkan fitur Instagram untuk menjangkau audiens secara luas dan meningkatkan keterlibatan publik. Meskipun interaksi seperti jumlah like, komentar dan share tidak banyak, pertumbuhan pengikut yang konsisten menunjukkan bahwa konten yang di hasilkan dari proses produksi mendapat perhatian dari masyarakat. Efektivitas konten yang dihasilkan tidak hanya ditentukan dari isi pesan, tetapi kreativitas, konsistensi serta kemampuan untuk mengikuti dinamika yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin KZ, Soegiarto A. 2021. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi*. 12(2): 103-118.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, K. K. dan I. R. I. 2018. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. In *indonesiabaik.id* (1st ed., Vol. 4). Jakarta: Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kominfo RI. https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf.
- Mahdi MI. 2022. Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. *DataIndonesia.Id*. [Internet]. [diunduh 2025 Februari 8]. Tersedia pada: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

- Millerson G, Jim Owens. 2009. *Television Production*. London: Focal Press.
- Nurdin et al. 2024. *Revolusi Dakwah*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Pratiwi YR. 2021. Peran Media Sosial Pada Instansi Pemerintah. Kementerian Keuangan RI. [Internet]. [diunduh 2025 Februari 8]. Tersedia pada: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca_artikel/14257/peran-media-sosial-pada-instansi-pemerintah.html.
- Purnamasari D, Tahir R, Ismail IH, Suharman H, Maryanti L, Hermawan MS, Andriana N, Putuhena H, Silviani, Fitriana R, et al.. 2023. *Metodologi Penelitian Akuntansi: Mengumpulkan Bukti, Menyusun Analisis, Mengkomunikasikan Dampak*. Jambi (ID): Sonpedia Publishing Indonesia.
- Puspitasari F. 2024. Analisis Desain Konten Visual Terhadap Performa Instagram Universitas Utpadaka Swastika@utpas.ac.id. *Creativa Scientia*. 1(2):45-62.
- Riyanto AD. 2024. Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024. [Internet]. [diunduh 2025 Februari 8]. Tersedia pada: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thifalia N, Susanti S. 2021. Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*. 5(3):39-55. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>.
- Usmiati E. 2023. Produksi Konten Dakwah Pada Akun Tiktok @risyad_bay [Skripsi]. Jakarta(ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.