

BAB 2

DESKRIPSI KLIEN

2.1. Gambaran Umum Diskominfo Kota Semarang

Berdasarkan Peraturan Walikota Kota Semarang Nomor 107 Tahun 2021, Dinas Komunikasi, Informastika, Persandian dan Statistik (Diskominfo) Kota Semarang memiliki tugas dalam membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan Bidang Komunikasi dan Informatika, Bidang Statistik, dan Bidang Persandian yang menjadi kewenangan daerah. Dalam pasal 5, Diskominfo Kota Semarang memiliki fungsi untuk merumuskan dan menyelenggarakan komunikasi publik.

Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi publik yang telah diterapkan oleh Diskominfo Semarang adalah berbasis internet. Hal ini didasarkan pada Rencana Strategis (Renstra) Diskominfo Kota Semarang tahun 2021-2026 yang menjadikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) isu strategis di dalamnya. Dengan begitu, penyebaran informasi difokuskan melalui media sosial dan website sebagai upaya optimalisasi TIK. Sebagai Dinas yang bertugas untuk membantu walikota, Diskominfo Kota Semarang mengunggah beragam konten di media sosial Pemerintah Kota Semarang. Konten diantaranya memuat informasi cuaca, pengalihan jalan, tempat wisata dan kuliner, pelayanan masyarakat, program pemerintah kota, serta edukasi kesehatan dan lalu lintas.

Selain itu, sebagai dinas yang bertugas untuk membantu walikota, Diskominfo Kota Semarang juga mengunggah beragam konten di media sosial Pemerintah Kota Semarang (@semarangpemkot). Konten yang disajikan tidak terfokus pada topik tertentu, seperti akun-akun sebelumnya. Melalui kanal ini, Diskominfo Kota Semarang menyediakan layanan informasi dengan ruang lingkup yang luas. Dalam penyebarannya Diskominfo Kota Semarang memiliki akun media sosial resmi yaitu @semarangpemkot yang digunakan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Akun ini mengunggah berbagai konten yang mencakup informasi cuaca, pengalihan jalan, tempat wisata dan kuliner, pelayanan

masyarakat, program pemerintah kota, serta edukasi kesehatan dan lalu lintas. Dengan cakupan informasi yang luas, akun ini berfungsi sebagai pusat informasi digital bagi warga Kota Semarang dan sekitarnya.



Gambar 2. 1 Akun Resmi Media Sosial Diskominfo Semarang @semarangpemkot

Salah satu program unggulan yang mulai diprioritaskan ada tahun 2024 adalah kampanye edukasi kesehatan mengenai pencegahan stunting. Konten ini dipublikasikan dalam berbagai format, termasuk gambar dan video pendek, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu stunting.

Dihitung dari awal tahun 2024, pada akun media sosial Diskominfo Semarang @semarangpemkot terdapat 29 unggahan terkait stunting di akun Instagram Pemerintah Kota Semarang. Langkah ini merupakan bagian dari upaya dalam mendukung Peraturan Walikota Nomor 45 tahun 2023 tentang Pengentasan Stunting di Kota Semarang.

Strategi komunikasi berbasis internet atau media daring memungkinkan untuk membangun hubungan dengan audiens. Sebab, tiap individu memiliki kesempatan untuk memberikan reaksi terhadap konten, baik *likes*, komentar, maupun *share*. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan *reach* dan *interactions* tetapi juga menghasilkan data analitik yang dapat

digunakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan menentukan standarisasi konten. Dengan menganalisis pola interaksi audiens, Diskominfo Kota Semarang dapat menyesuaikan konten agar lebih relevan dan membuat konten yang disukai audiens agar interaksi makin tinggi.



Gambar 2. 3 Konten Stunting Insting (2024) pada akun Instagram @semarangpemkot Diskominfo Kota Semarang



Gambar 2. 2 Konten Stunting (2024) pada akun Instagram @semarangpemkot

2.2. Jenis Konten yang Diproduksi oleh Diskominfo Kota Semarang

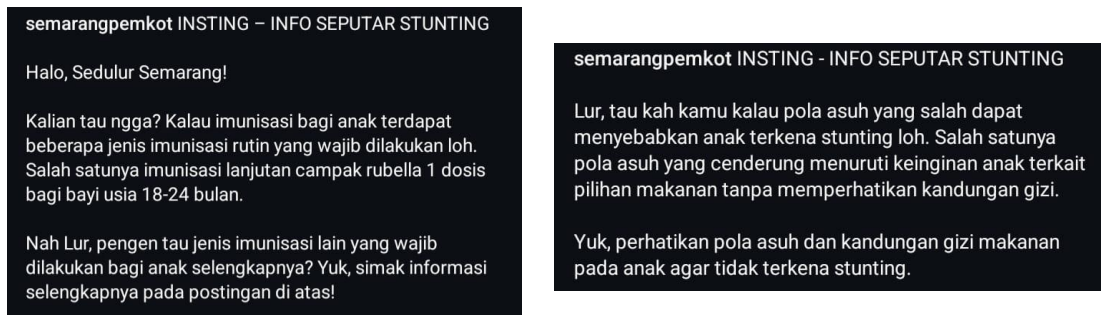
Diskominfo Kota Semarang secara rutin memproduksi dan memposting jenis konten digital sebagai suatu wujud dari strategi komunikasi publik. Sebagai instansi yang bergerak dalam bidang komunikasi, Diskominfo Kota Semarang mengikuti perkembangan teknologi informasi dengan tujuan meningkatkan keterjangkauan dan efektivitas penyebaran informasi. Sebagai bagian dari strategi komunikasi publik, Diskominfo Koa Semarang secara rutin memproduksi berbagai jenis konten digital. Produksi konten ini bertujuan untuk meningkatkan keterjangkauan informasi dan efektivitas penyebaran pesan kepada masyarakat. Dalam operasionalnya, Diskominfo Kota Semarang melibatkan berbagai peran dalam produksi konten digitalnya. Dua diantaranya yaitu Kameramen dan *Copywriter*, yang berperan penting dalam

proses penyajian konten yang menarik, informatif dan sesuai dengan strategi komunikasi audiens @semarangpemkot.

Dalam pengambilan gambar dan video yang digunakan untuk keperluan publikasi di platform media sosial Diskominfo Kota Semarang teknik yang dipakai umumnya diambil menggunakan kamera ponsel tanpa tripod (handheld) sehingga beberapa konten terlihat tidak stabil. Meskipun menggunakan handheld, kameramen pada konten-konten sebelumnya dituntut untuk tetap kreatif. Pada konten sebelumnya kameramen sudah menciptakan visual yang menarik, seperti adanya sudut pengambilan video dan menyesuaikan cahaya didalam ruangan maupun luar ruangan.

Pemilihan teknik handheld dilakukan untuk memberikan fleksibilitas dalam pengambilan gambar di berbagai lokasi dan situasi yang digambarkan sesuai naskah. Selain itu, penggunaan handheld juga memungkinkan kameramen untuk bergerak lebih bebas saat pengambilan gambar. Dengan adanya teknik pengambilan gambar yang sesuai dan optimal menjadi faktor utama dalam meningkatkan kualitas visual konten.

Kemudian, kedua ada Peran *Copywriter* yang memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah. Beberapa *caption* yang digunakan sebelumnya pada @semarangpemkot, unggahan disajikan dengan pendekatan gaya bahasa storytelling. Pemilihan gaya bahasa storytelling dipilih karena mampu menciptakan keterlibatan emosional dengan audiens. Alih-alih menyusun *caption* dengan memberikan informasi secara langsung, storytelling memungkinkan pesan disampaikan dengan cara yang lebih relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, pendekatan ini juga meningkatkan keterlibatan audiens untuk memberikan komentar dan berinteraksi dengan konten. Dalam menyusun *caption* *copywriter* mengkombinasikan beberapa strategi komunikasi, seperti penggunaan data dan fakta terkait konten tersebut, *Call to Action* untuk mendorong interaksi dan memberikan elemen interaktif seperti pertanyaan atau polling pada story Instagram.



Gambar 2. 4 Caption akun @semarangpemkot menggunakan tatanan bahasa story telling dan Call to Action

Dalam pengeditan *thumbnail* reels konten @semarangpemkot sebelum-sebelumnya sudah menggunakan aplikasi Canva. Dimana Canva menjadi salah satu aplikasi utama yang digunakan dalam pengeditan visual. Canva memiliki tampilan yang mudah digunakan oleh tim dan tanpa memerlukan keterampilan desain yang kompleks. Dimana platform ini juga menyediakan berbagai elemen desain template, dan font yang dapat langsung diterapkan untuk pembuatan *thumbnail*. Kemudian dengan penggunaan aplikasi Canva, proses pembuatan *thumbnail* dapat dilakukan lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan aplikasi desain profesional lainnya seperti Adobe Photoshop.

Canva memungkinkan tim untuk membuat *thumbnail* yang lebih menarik dan profesional tetap mengikuti *branding* dari @semarangpemkot dengan waktu yang lebih singkat. Dengan menggunakan aplikasi Canva, *thumbnail* yang dihasilkan menjadi lebih beragam dan sesuai dengan identitas visual akun @semarangpemkot. Hal ini membantu menciptakan konsistensi *branding* serta meningkatkan daya tarik konten secara keseluruhan. Dimana sebelumnya juga tim produksi Diskominfo Semarang sudah menggunakan aplikasi Canva dalam proses pengeditan *thumbnail* reels untuk konten yang telah dipublikasikan. Dengan adanya perlakuan sebelumnya dalam menggunakan Canva, proses desain menjadi lebih efisien karena banyak elemen yang tersedia dan digunakan kembali untuk menjaga keseragaman visual ada akun @semarangpemkot.



Gambar 2. 5 Thumbnail pada akun @semarangpemekot yang sudah diunggah