

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin majunya perkembangan zaman menuntut manusia untuk terus menyesuaikan kemajuan yang ada dalam berbagai bidang terutama dalam sektor pengadaan media yang dapat menyediakan kebutuhan informasi secara global (Valentino, 2020). Teknologi digital merupakan salah satu bentuk penyediaan akses informasi yang memudahkan pengguna di era *society* 5.0. seperti yang kita ketahui bahwasanya masyarakat sekarang cenderung telah mengenal teknologi sejak lahir (*digital native*) yang mengharuskan semua bidang kehidupan bersinggungan dengan teknologi.

Dampak positif dengan adanya perkembangan teknologi informasi terkhususnya dalam bidang media digital seperti sosial media, *website* adalah terfasilitasinya keberjalanan media *audio visual* dalam menyajikan kebutuhan pengguna dalam mencari informasi (Hastuti, 2020). Di era yang serba digital sekarang, banyak instansi telah mengoptimalkan peran kinerja nya dengan didukung penyediaan teknologi yang *applicable dan sustainable* sesuai kebutuhan ruang waktu yang terbatas. Lalu apakah kemudahan teknologi terutama adanya media sosial juga dapat digunakan sebagai sebuah sarana identitas sebuah instansi ? jawabannya adalah sangat bisa, dengan adanya sosial media semua orang dapat mengakses keingintahuannya hanya dengan gadget atau sarana yang mendukung. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara organisasi, termasuk instansi pemerintah, membangun citra dan menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial kini menjadi salah satu alat yang efektif dalam menjangkau masyarakat luas, karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara cepat, interaktif, dan real-time.

Media sosial sangat mendukung sebagai salah satu sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dalam sebuah *company profile*. *Company profile* merupakan sebuah inovasi dari profil sebuah instansi dengan

melakukan kolaborasi format *audio* dan visual berupa bahan cuplikan video yang dikombinasikan dengan tampilan grafis, narasi yang terstruktur untuk memberikan informasi seputar instansi atau perusahaan mulai dari hal detail seperti sejarah, visi misi, program, hingga layanan.

Dengan adanya *company profile* masyarakat dapat mudah mengetahui segala macam layanan yang ada dalam sebuah perusahaan atau instansi dengan melihat dan mendengarkan *company profile* yang telah dikemas dalam sebuah konten yang diunggah dalam laman akun sosial media terutama TikTok. Melihat banyaknya pengguna yang telah tertera pada paragraf diatas, TikTok menjadi salah satu platform yang mendukung kegiatan promosi dengan menyediakan konten kreatif dalam menyampaikan informasi yang ingin disampaikan. Namun sayangnya masih banyak instansi perusahaan yang masih belum optimal dalam mempromosikan *company profile* mereka melalui media sosial terutama platform TikTok, padahal sebuah instansi khususnya instansi pemerintah tidak hanya melayani satuan kerja di sektor pemerintahan saja namun juga harus melayani masyarakat umum mengenai apa yang mereka butuhkan sesuai kapasitas instansi terkait. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora merupakan salah satu OPD Pemerintah wilayah Kabupaten Blora yang berfokus pada penyediaan arsip dan layanan perpustakaan bagi penggunanya. Sesuai dengan identitas tersebut Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora seharusnya menjadi salah satu instansi yang telah menerapkan *company profile* dalam menunjang keterbutuhan informasi pihak luar, namun pada kenyataanya mereka masih belum mengoptimalkan peran aplikasi TikTok untuk lebih detail menjelaskan mengenai *profiling* instansinya dengan observasi yang telah dilakukan terhadap akun TikTok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora saat ini telah memiliki beberapa kanal media digital sebagai sarana komunikasi publik, antara lain *website* resmi, akun Instagram, serta akun TikTok. Dari ketiga media tersebut, Instagram merupakan platform yang paling aktif digunakan dalam menyampaikan informasi, publikasi kegiatan, serta promosi program kerja. Sementara itu, pemanfaatan *website* resmi dan akun TikTok masih tergolong kurang optimal, baik dari segi frekuensi pembaruan konten

maupun variasi informasi yang disajikan. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi pengelolaan media digital yang lebih seimbang, sehingga setiap kanal komunikasi dapat berfungsi maksimal dalam mendukung peningkatan *branding* dan pelayanan informasi kepada masyarakat.. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan akun sosial media TikTok Instansi tersebut masih memiliki jumlah konten dibawah 10 dengan jenis konten berupa rekap kegiatan saja, belum adanya konten spesifik terkait dengan penjelasan profil dan layanan yang ada di instansi tersebut. Salah satu platform media sosial yang tengah populer, khususnya di kalangan generasi muda, adalah TikTok. Dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, TikTok menawarkan format konten video pendek yang dinamis dan mudah dikonsumsi. Potensi ini dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi strategis dalam kegiatan *branding* instansi pemerintah (Montag et al., 2021).

Dinas tersebut memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan literasi, menyediakan akses informasi, serta menjaga arsip daerah sebagai bagian dari memori kolektif masyarakat. Namun, berdasarkan observasi awal, masih terdapat tantangan dalam membangun citra lembaga dan meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi target utama pembangunan literasi digital. Aktivitas media sosial pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kabupaten Blora saat ini tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi kebutuhan strategis dalam rangka memperkuat komunikasi publik. Hal ini sejalan dengan kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Blora yang menerapkan program pemantauan terhadap akun resmi OPD, baik pada media sosial maupun *website* instansi. Program tersebut dirancang sebagai bentuk pengawasan sekaligus pembinaan agar setiap OPD mampu memanfaatkan teknologi informasi secara optimal dalam menyampaikan informasi, program kerja, serta capaian kinerja kepada masyarakat luas. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai media interaktif untuk membangun partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan daerah.

Selain itu, keberadaan media sosial yang aktif menjadi representasi dari transparansi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi publik. Diskominfo

Kabupaten Blora secara tegas memberikan catatan khusus terhadap OPD yang tidak menunjukkan konsistensi dalam mengelola media sosialnya. Bahkan, bagi OPD yang tidak mampu mengembangkan *website* resminya, terdapat sanksi berupa pembekuan *website* hingga ditemukannya sumber daya manusia yang cakap dalam pengelolaan. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah menekankan pentingnya kompetensi digital dan keberlanjutan pengelolaan informasi sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan modern. Dengan kata lain, kualitas kehadiran OPD di ruang digital dipandang sebagai salah satu indikator profesionalisme dan kinerja kelembagaan.

Lebih jauh lagi, konsistensi aktivitas media sosial OPD juga berimplikasi langsung pada peningkatan kepercayaan publik dan penguatan citra institusi pemerintah daerah. Masyarakat cenderung menilai kredibilitas suatu lembaga dari keterbukaannya dalam menyajikan informasi terkini, transparansi program kerja, serta kecepatan dalam merespons kebutuhan publik melalui kanal digital. Oleh karena itu, kebijakan pemantauan oleh Diskominfo Kabupaten Blora dapat dipahami sebagai strategi untuk mendorong akselerasi transformasi digital pemerintahan. Dengan adanya dorongan tersebut, OPD diharapkan tidak hanya aktif dalam bermedia sosial, tetapi juga mampu membangun sistem komunikasi digital yang berkesinambungan, efektif, dan berorientasi pada pelayanan publik. Oleh karena itu, pemanfaatan TikTok sebagai media *branding* dinilai relevan untuk menjawab tantangan komunikasi di era digital saat ini. *Branding* institusi publik tidak hanya bertujuan membangun citra positif, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Pemilihan TikTok sebagai media *branding* bagi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora didasarkan pada perkembangan signifikan platform tersebut dalam beberapa tahun terakhir.

TikTok menjadi salah satu media sosial dengan pertumbuhan pengguna tercepat di dunia, termasuk di Indonesia. Data dari *We Are Social dan Hootsuite* menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat kedua pengguna TikTok terbanyak setelah Amerika Serikat, dengan lebih dari 109 juta pengguna aktif bulanan. Mayoritas pengguna TikTok berasal dari kelompok usia produktif, yaitu generasi milenial dan generasi Z, yang dikenal memiliki intensitas tinggi dalam

mengonsumsi informasi digital. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sarana penting untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan menciptakan representasi diri secara daring. Dengan demikian, TikTok memiliki potensi strategis untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik dan *branding* kelembagaan, termasuk dalam memperkuat citra Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora. Karakteristik TikTok yang berbasis pada konten video singkat, kreatif, dan mudah dibagikan menjadikannya lebih efektif dalam menyampaikan pesan dibandingkan media sosial konvensional.

Menurut Susanto (2021), konten berbasis video pendek memiliki keunggulan dalam menarik perhatian audiens karena bersifat visual, ringkas, dan mudah diingat. Media berbasis visual lebih cepat dalam membangun persepsi dan memengaruhi audiens. Dalam konteks *branding Company profile* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora, fitur *TikTok seperti For You Page* (FYP), *sound trending*, dan *video storytelling* dapat dimanfaatkan untuk menyajikan informasi mengenai layanan, program kerja, maupun inovasi instansi secara lebih menarik dan mudah dipahami masyarakat. Strategi ini bukan hanya meningkatkan engagement, tetapi juga memperkuat daya tarik lembaga di mata publik.

Lebih jauh lagi, penggunaan TikTok sebagai media *branding* mendukung agenda transformasi digital pemerintah, khususnya pada sektor pelayanan publik. Menurut Nasrullah (2017), media sosial berperan penting dalam membangun interaksi yang lebih terbuka antara pemerintah dan masyarakat melalui penyampaian informasi yang transparan dan partisipatif. Dengan memanfaatkan TikTok, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora dapat menghadirkan citra yang lebih positif, akuntabel, sekaligus adaptif terhadap perkembangan era digital. Konten yang edukatif sekaligus menghibur di TikTok berpotensi membangun kedekatan emosional dengan masyarakat, khususnya generasi digital *native* yang selama ini cenderung menganggap perpustakaan dan kearsipan sebagai institusi formal dan kaku. Oleh karena itu, TikTok dipandang sebagai media yang paling relevan untuk meningkatkan *branding company profile*, karena selaras dengan tren komunikasi digital, perilaku pengguna internet, serta tuntutan inovasi

layanan publik modern.

Dalam era digital saat ini, media visual telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan pesan dan memperkuat citra institusi. Penggunaan video konten dalam sosial media tidak hanya memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai visi, misi, dan nilai organisasi, tetapi juga menciptakan daya tarik emosional yang sulit disampaikan melalui media statis. Transformasi digital mendorong lembaga pemerintah, termasuk Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora, untuk memanfaatkan teknologi komunikasi modern guna beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis dan menuntut transparansi serta interaktivitas. *Branding* merupakan elemen penting dalam membangun identitas dan kepercayaan publik terhadap sebuah organisasi terutama melakukan promosi menggunakan video karena lebih efektif, mudah dimengerti oleh khalayak umum dan dapat diakses dengan mudah sehingga penggambaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora terlihat lebih detail untuk disebarluaskan dibandingkan dengan media promosi yang lainnya (Ardianto, 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperlukan adanya integrasi yang kuat dalam optimalisasi sosial media TikTok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora untuk memperkuat *branding* dan membangun identitas yang modern serta responsif terhadap tuntutan era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi alternatif dalam menyampaikan informasi, meningkatkan *engagement* publik, dan mengoptimalkan persepsi serta reputasi instansi di mata masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengembangkan strategi optimalisasi media sosial TikTok sebagai sarana *branding company profile* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora dengan proses penyajian informasi dan publikasi melalui pemanfaatan media sosial instansi yang telah ada namun perlu dioptimalkan kembali. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam memperkuat komunikasi dan eksistensi lembaga publik secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tahapan pembuatan video konten *company profile* dalam laman akun sosial media TikTok yang sesuai dengan kebutuhan instansi ?
2. Apa saja pesan visual yang akan disampaikan dalam video ?
3. Sejauh mana video dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peran dinas ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah dengan adanya konten *company profile* dalam TikTok dapat meningkatkan *branding* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Perpustakaan, dan kesadaran publik untuk dapat memanfaatkan informasi yang telah disediakan untuk memanfaatkan layanan yang disediakan.
2. Menyampaikan Nilai dan Citra Profesional dengan desain visual yang menarik dapat menggambarkan profesionalisme, keunggulan layanan, dan komitmen terhadap misi pelayanan publik.
3. Video yang interaktif dan informatif memungkinkan penonton untuk lebih mudah menyerap informasi, yang pada gilirannya meningkatkan *engagement* dan partisipasi publik.
4. Mengkomunikasikan Inovasi dan Adaptasi Teknologi Dalam menghadapi persaingan dan tuntutan zaman, inovasi visual mencerminkan kesiapan instansi dalam mengimplementasikan teknologi terkini serta beradaptasi dengan tren komunikasi global.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat
- b. Memperluas kemampuan penulis dalam mengimplementasikan pembelajaran yang telah didapatkan pada masa perkuliahan
- c. Merealisasikan teori dan rancangan yang telah disusun untuk direalisasikan dalam bentuk proyek tugas akhir
- d. Meningkatkan kemampuan penulis dalam berkomunikasi dan menyusun pembuatan *company profile* bagi instansi yang telah dipilih melalui aplikasi media sosial TikTok
- e. Memberikan gambaran dan edukasi kepada instansi terkait dengan manfaat pembuatan konten dalam meningkatkan *branding* instansi tersebut.

2. Bagi Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat

- a. Memperkenalkan program studi informasi dan hubungan masyarakat kepada masyarakat secara umum
- b. Membantu program studi dalam mengimplementasikan setiap mata kuliah yang diberikan kepada mahasiswa
- c. Memperluas jaringan dan koneksi kerjasama kepada instansi terkait
- d. Menambah jumlah lulusan mahasiswa informasi dan hubungan masyarakat

3. Bagi Perusahaan

- a. Mengoptimalkan sosial media TikTok instansi untuk meningkatkan kesadaran merek (*branding*) serta visibilitas pada khalayak umum
- b. Membantu penyampaian informasi yang tepat dengan metode digital pada konsep video konten

- c. Memperluas jangkauan dalam mempromosikan layanan serta sistem kinerja instansi dengan visi misi yang tercantum didalamnya
- d. Memperkuat hubungan yang inklusif dan berkelanjutan antara program studi dan instansi
- e. Mengoptimalkan Potensi Digital dengan mengintegrasikan video sebagai media komunikasi, Instansi memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan penyampaian pesan secara visual dan naratif, sehingga dapat meningkatkan citra positif serta mempermudah akses informasi.

1.5. Luaran

Luaran yang dihasilkan dalam proyek tugas akhir ini adalah pembuatan dan pengadaan berupa 10 konten video yang diunggah dalam laman TikTok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora (@perpusdablora) guna meningkatkan kesadaran merek atau *branding* terhadap sistem kinerja dan pengenalan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak umum. Pemilihan format video sebagai sarana penyajian profil perusahaan didasarkan pada beberapa alasan strategis seperti efektivitas dalam Penyampaian Informasi. Video dapat menyatukan elemen visual, audio, dan teks untuk menyampaikan cerita secara lebih menyeluruh, sehingga informasi dapat diterima dengan lebih cepat dan mudah diingat. Keterjangkauan Akses dan Distribusi dengan dukungan platform digital dan media sosial, video memiliki potensi untuk diakses oleh audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis, sekaligus memperkuat kampanye *branding* secara nasional. Interaktivitas dan Responsivitas video menyediakan ruang bagi interaksi dua arah antara lembaga dan masyarakat, memungkinkan feedback yang konstruktif untuk perbaikan layanan dan komunikasi di masa depan. Selain itu terdapat juga modul dengan judul “Optimalisasi Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan *Corporate Branding*” yang merupakan bentuk tertulis dari hasil penelitian untuk meningkatkan *branding* instansi atau *corporate* dalam media sosial Tiktok.