

## BAB 1

### PENDAHULUAN

---

#### 1.1 Latar Belakang

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro [1]. Dewasa ini media digital mempunyai peran penting dalam kehidupan bermasyarakat hampir semua orang dari setiap lapisan masyarakat menggunakan media digital dan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan kehidupan sehari-hari mereka, media digital saat ini mengalami berbagai macam perkembangan, salah satu perkembangan media digital adalah dengan munculnya new media digital.

Media baru atau *New Media Digital* adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur [2]. Salah satu contoh bentuk media baru adalah media sosial, perkembangan media sosial di kalangan masyarakat bertumbuh dengan pesat, jenis-jenis media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, salah satunya adalah instagram, twitter, facebook dan youtube.

Penggunaan media sosial yang di sebutkan sebelumnya memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat, selain penyebaran informasinya yang sangat cepat dan mudah untuk di akses oleh semua lapisan masyarakat, media sosial juga berfungsi sebagai media dua arah, penggunaanya tidak hanya bisa mengakses semua informasi yang mereka inginkan tetapi juga dapat berinteraksi dengan pengguna-pengguna lainnya.

Media sosial sangat berperan dalam penyebar luasan informasi, dewasa ini banyak sekali pihak baik personal, lembaga ataupun perusahaan, yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi atau menaikkan citra diri. Hal inilah yang dilakukan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Bandung untuk menaikkan citra Lembaga. Badan Narkotika Nasional

Kota Bandung adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) Indonesia yang mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pencegahan, pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba, psikotropika, prekursor dan bahan adiktif lainnya kecuali bahan adiktif untuk tembakau dan alkohol. BNN dipimpin oleh seorang kepala yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden.

Salah satu tugas Badan Narkotika Nasional adalah menanggulangi masalah narkoba baik melakukan tindakan secara preventif maupun secara represif. Sebagai mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan magang di Badan Narkotika Nasional Kota Bandung penulis diberikan tugas yang relevan dengan program studi yang sedang diampu. Penulis diberikan tugas di Divisi Hubungan Masyarakat atau lebih dikenal sebagai Humas.

Dalam struktur Badan Narkotika Nasional sendiri Humas adalah divisi yang mengolah data dan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang telah di rencanakan, Secara praktisi Humas di Badan Narkotika Nasional bertugas menyusun dan melaksanakan kebijakan nasional mengenai pencegahan pemberantasan penyalahgunaan peredaran gelap narkoba, dan precursor narkoba, meningkatkan kemampuan lembaga rehabilitasi medis dan rehabilitasi social pecandu narkoba, baik yang di selenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat, memantau, mengarahkan dan meningkatkan kegiatan masyarakat dalam pencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba dan psikotropika narkoba.

Dalam melaksanakan tugasnya, Humas memerlukan berbagai media sebagai alat penunjang. Media tersebut bisa berbentuk media cetak elektronik maupun digital, *new media* digital adalah salahsatu sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan kelembagaan Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

Badan Narkotika Nasional memiliki beberapa akun media sosial untuk menyebarkan informasi media tersebut adalah Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube, media-media tersebut dianggap efektif oleh Badan Narkotika Nasional karena media-media tersebut digunakan secara masal oleh masyarakat Indonesia, terutama dari kalangan Remaja yang dianggap golongan paling rentan terhadap penyalahgunaan narkoba.

Selain digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, media sosial atau *new media* digital juga digunakan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Bandung sebagai upaya untuk meningkatkan citra kelembagaan. Melalui *new media* digital Badan Narkotika Nasional dapat

memperkenalkan program-program kerjanya kepada Masyarakat luas, yang tentunya hal tersebut dapat menaikkan citra kelembagaan Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

Berdasarkan pemaparan yang penulis telah sebutkan maka penulis mengajukan judul Proyek Akhir yang berjudul “Pembuatan dan Pengelolaan Konten New Media Digital Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Badan Narkotika Nasional Kota Bandung”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah dari proyek akhir ini adalah;

1. Badan Narkotika Nasional Kota Bandung membutuhkan inovasi konten digital yang mampu meningkatkan citra Lembaga.
2. Key Visual sosial media milik Badan Narkotika Nasional Kota Bandung yang belum terkelola dengan baik.
3. Konten digital yang dihasilkan Badan Narkotika Nasional Kota Bandung belum menghasilkan impresi yang tinggi di sosial media.

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya maka tujuan dari proyek akhir ini adalah ;

1. Mendeskripsikan inovasi konten digital yang dibutuhkan oleh badan Narkotika Nasional Kota Bandung untuk meningkatkan citra Lembaga.
2. Menjelaskan Implementasi key visual pada sosial media Badan Narkotika Nasional Kota Bandung yang belum terkelola dengan baik.
3. Menganalisis konten digital yang dihasilkan Badan Narkotika Nasional Kota Bandung yang belum menghasilkan impresi yang tinggi di sosial media.

Adapun manfaat dari pengerjaan Proyek Akhir ini adalah ;

1. Menambah referensi mengenai pembuatan dan pengelolaan konten *new media* digital.

2. Menambah ketertarikan masyarakat terhadap penggunaan *new media* digital untuk meningkatkan citra Lembaga.
3. Meningkatkan citra Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

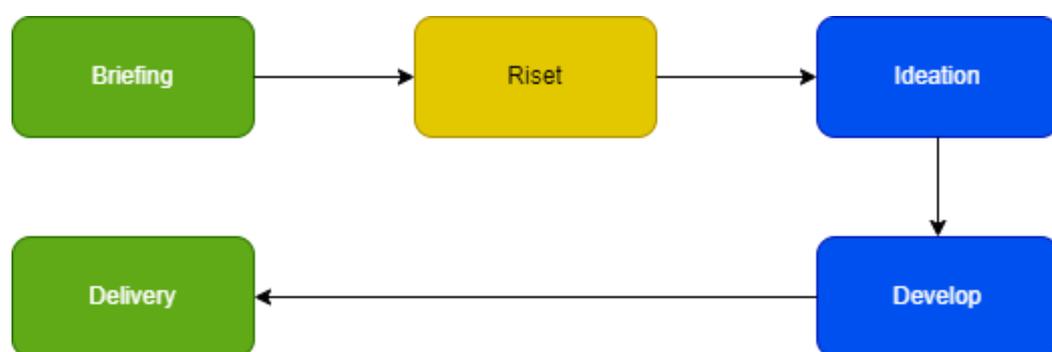
#### 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diberikan oleh Badan Narkotika Nasional Kota Bandung selama penulis melakukan program magang adalah sebagai berikut;

1. Tidak boleh membuat konten yang mengandung pornografi.
2. Tidak boleh membuat konten yang mengandung unsur sara dan memuat isu politik.
3. Tidak boleh mempublikasikan produk yang bukan milik Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

#### 1.5 Metode Pengerjaan

Dalam proyek akhir ini, metode yang digunakan untuk membuat konten *new media* digital adalah metode *Graphic Design Process*. Menurut Widia dan Darmawan metode *design graphic process* ini melibatkan 6 tahapan proses yaitu konsep, Media, Ide, Persiapan data dan Perancangan, Final *Artwork*, Poduksi [3]. Namun penulis menyesuaikan metode tersebut dengan situasi dan kondisi pekerjaan nyata di tempat magang. Tahapan-tahapan tersebut antara lain *briefing*, Riset, *Ideation*, *Develop*, *Delivery*;



Gambar 1.1 *Graphic Design Process*

##### 1.5.1 Briefing

Briefing adalah proses komunikasi yang dilakukan antara pihak yang memberikan instruksi atau informasi dengan pihak yang menerima instruksi tersebut. *Briefing* juga merupakan sebuah cara untuk menentukan konsep dalam produksi. Konsep adalah hasil

kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan kelayakan dan sasaran yang dituju [3]. Dalam proses pembuatan konten *new media digital Briefing* dilakukan untuk memberikan sosialisasi kepada setiap anggota yang terlibat agar konten yang akan dibuat sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

### **1.5.2 Riset**

Untuk mencapai kriteria ke sasaran yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya [3]. Media tersebut bisa berupa media cetak, media elektronik, luar ruangan, dan lain-lain. Pada tahap ini, Anggota Humas akan melakukan analisis mendalam tentang topik yang telah dibahas pada briefing, Tujuan dari tahap riset adalah untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang kegiatan atau acara apa yang akan dilakukan, memperoleh wawasan tentang audiens, dan mengidentifikasi objek yang diperlukan sehingga relevan dengan kegiatan tersebut.

### **1.5.3 Ideation**

Pada tahap ideation dalam *Graphic Design* proses, dalam pencarian ide yang kreatif diperlukan studi banding, literatur wawasan yang luas, diskusi, wawancara, dan lain-lain agar desain bisa efektif diterima sasaran [3]. Dalam tahap ini anggota Humas akan menggunakan pengetahuan yang didapatkan dari *briefing* dan riset untuk menciptakan beragam ide kreatif dalam pembuatan konten *new media digital*. Di tahap ini, Anggota Humas akan berfokus pada pembuatan sebanyak mungkin konsep dan gagasan konten yang unik dan menarik.

### **1.5.4 Develop**

Tahap *develop* merupakan bagian penting dari proses yang membantu mengubah konsep menjadi karya. Selama tahap pengembangan, Anggota Humas juga dapat melakukan uji coba dan iterasi untuk memperbaiki dan menyempurnakan konten. Tujuan akhirnya adalah mencapai desain yang sesuai dengan visi awal dan memenuhi kebutuhan lembaga sehingga karya atau konten siap untuk di terbitkan ke sosial media.

### **1.5.5 Delivery**

Proses *delivery* merupakan proses menerbitkan konten ke media digital atau platform yang dituju untuk dikonsumsi atau dilihat oleh khalayak. Dalam konteks *Graphic Design*, publish seringkali merujuk pada tindakan mempublikasikan konten secara luas. Proses publish melibatkan langkah-langkah seperti persiapan file konten yang sesuai dengan

spesifikasi publikasi yang dituju, pemilihan media atau platform yang tepat, dan mengatur waktu atau jadwal publikasi.

### 1.6 Jadwal Pengerjaan

Berikut ini adalah tabel jadwal kegiatan pelaksanaan proyek akhir yang didasarkan pada hal-hal yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kegiatan magang Badan Narkotika Nasional Kota Bandung.

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan 1

No	Kegiatan		Waktu Pelaksanaan													
			Juli 2022				Agustus 2022				September 2022					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	T U P	Perencanaan Pembuatan Konten														
		2	O K	Produksi Konten												
		3		S I	Publikasi Konten											

Tabel 1. 2 Jadwal Pengerjaan 2

No	Kegiatan		Waktu Pelaksanaan													
			Oktober 2022				November 2022				Desember 2022					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	T U P	Perencanaan Pembuatan Konten														
		2	O K	Produksi Konten												
		3		S I	Publikasi Konten											

Tabel 1. 3 Jadwal Pengerjaan 3

No	Kegiatan		Waktu Pelaksanaan															
			Februari 2023				Maret 2023				April 2023				Mei 2023			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	T	Perencanaan Pembuatan																
	U	Konten																
2	P	Produksi Konten																
3	O	Publikasi Konten																
	K																	
4	S	Pembuatan Dokumen PA																
	I																	