

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini membawa perubahan dalam berbagai aspek termasuk adanya media sosial. Media sosial merupakan suatu media yang menyediakan sarana untuk mempermudah terkait dalam pembuatan pesan dan penyampaian pesannya [1]. Saat ini media sosial berperan penting dalam kehidupan masyarakat untuk membantu proses penyampaian informasi dan komunikasi. Salah satu wadah media sosial yang dapat memberikan informasi yaitu adanya Bandung Smart City yang dimiliki oleh Diskominfo Bandung. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung merupakan suatu lembaga teknis daerah yang bergerak dalam bidang sarana komunikasi, informatika, dan hubungan masyarakat yang berada di Bandung. Diskominfo menyediakan suatu inovasi informasi yang dapat diakses secara mudah dan cepat. Perencanaan evaluasi dan pembangunan informasi dan komunikasi media sosial melalui program Bandung Smart City dilakukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dengan masyarakat. Program Bandung Smart City merupakan inisiatif pemerintah Kota Bandung untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu aspek penting dari program ini adalah penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Diskominfo Kota Bandung memainkan peran dalam merancang dan mengembangkan informasi dan komunikasi media sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dalam hal ini, poster dan video dianggap sebagai salah satu alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi ke masyarakat. Poster yang menarik dan mudah dipahami dapat membantu masyarakat memahami informasi yang disampaikan dengan cepat. Video juga dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, terutama karena video memungkinkan informasi disampaikan secara visual dan audio. Dalam perencanaan evaluasi dan pembangunan informasi dan komunikasi media sosial melalui program Bandung Smart City, perlu dipertimbangkan desain dan isi poster dan video yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat. Desain poster dan video harus menarik dan mudah dipahami, dengan informasi yang jelas dan relevan.

Dengan menggunakan *website* Bandung Smart City sebagai media penyampaian informasi menarik dan juga informatif, diharapkan masyarakat bisa memahami visi dan misi Diskominfo dengan adanya poster dan video yang mampu meningkatkan efektivitas komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial dalam program Bandung Smart City.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah yang akan difokuskan pada proyek akhir ini adalah Diskominfo membutuhkan sebuah konten media sosial untuk *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City berupa artikel, poster dan video.

1.3 Tujuan

Tujuan dari Proyek Akhir ini yaitu membuat sebuah konten media sosial berupa artikel, poster dan video untuk memenuhi kebutuhan konten di *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City.

1.4 Batasan Masalah

Dalam proyek akhir ini mengambil tempat pada Bandung Smart City mengenai ruang lingkup kerja/magang dan ruang lingkup pelaksanaan solusi serta batasan-batasan dalam pelaksanaan solusi:

1. Membuat Poster, flyer dan *banner*.
2. Membuat Video pemahaman teknologi dan video sinematik untuk kanal YouTube Bandung smart City.
3. Media Sosial menggunakan *website* Bandung Smart City.
4. Konten yang dibuat khusus untuk *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City.
5. Pengujian hanya dilakukan pada akun kegiatan magang di *website* Bandung Smart City dan Kanal YouTube Bandung Smart City

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan yang diberikan untuk istilah-istilah yang terdapat pada bagian abstrak. Tujuannya adalah untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi laporan.

1. Bandung Smart City

Bandung smart city merupakan *website* dan aplikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan komunikasi dalam menyampaikan berbagai sumber daya kota secara efektif dan efisien. Bandung smart city juga menjadi pendorong terciptanya solusi dalam berbagai hal dan menyediakan layanan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

1. Terdapat informasi mengenai tata kelola pemerintahan yang mampu mengubah pola pikir menjadi cepat, efektif, efisien dan komunikatif.
2. Kemudian di Bandung Smart City menyediakan pemasaran mengenai pariwisata daerah, bisnis dan mengenal kota baik dalam lingkup lokal, nasional maupun internasional.

3. Kemudian dari sisi perekonomian yang mampu mendukung ekosistem masyarakat yang selarasa dengan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.
4. Menyediakan informasi sarana moda transportasi untuk mendukung mobilitas masyarakat, dan yang terkakhir menyediakan sarana pengelolaan lingkungan terhadap pembangunan infrastruktur bagi masyarakat luas.

2. Konten Multimedia

Konten multimedia merupakan inti atau substansi dari informasi digital yang dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan berbagai bentuk lainnya. Konten ini meliputi semua jenis materi yang tersedia dalam format digital dan memiliki nilai informatif. Dalam konteks digital, konten dapat mencakup artikel, blog, presentasi, gambar, animasi, podcast, e-book, dan beragam bentuk media lainnya. Konten adalah komponen utama yang menyampaikan informasi kepada pengguna, memungkinkan interaksi, dan memberikan pengalaman pengguna yang kaya dalam dunia digital[11].

3. Media sosial

Media sosial adalah platform yang tersedia di internet yang memungkinkan pengguna untuk mengungkapkan identitas diri mereka, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dengan tujuan membentuk hubungan sosial yang virtual. Platform ini menyediakan sarana yang memungkinkan pengguna untuk membangun profil pribadi, mengirim pesan, membagikan foto, video, dan pemikiran mereka, serta berpartisipasi dalam berbagai kelompok dan komunitas online. Media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, memperluas jaringan sosial, dan mengembangkan hubungan interpersonal secara virtual [2].

4. Design Thinking

Design Thinking adalah pendekatan metodologis yang melibatkan tahapan *problem-solving*, *problem-design*, dan *problem-forming*. Pendekatan ini memprioritaskan pengguna dengan memahami kebutuhan, tantangan, dan aspirasi mereka untuk merancang solusi inovatif. Dengan menggunakan *Design Thinking* dapat mengidentifikasi masalah, menerapkan pemikiran inovatif, dan merumuskan solusi yang sesuai dengan konteks dan kebutuhan pengguna [3]

1.6 Metode Pengerjaan

Metode pengerjaan dalam pembuatan konten media sosial pada *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap utama: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.



Gambar 1-1 Design Thinking

Gambar 1-1 menunjukkan tahapan dari metode desain thinking yang dimulai dari tahap *empathize*, selanjutnya tahap *define*, lalu tahap *ideate*, setelah *ideate* maka selanjutnya mulai membuat *prototype*, dan terakhir melakukan pengujian pada tahap *test*.

1. *Empathize*: tahap *empathize* merupakan tahap tim memahami sebuah permasalahan yang dihadapi dengan baik terkait dengan masalah yang ingin dipecahkan. Dalam menyelesaikan permasalahan, tim menggunakan teknik observasi, wawancara dan interaksi langsung dengan pengguna.
2. *Define*: Setelah pemahaman tentang pengguna, tim menganalisis data yang dikumpulkan untuk merumuskan permasalahan yang harus dipecahkan.
3. *Ideate*: Pada tahap ini, tim secara kreatif menghasilkan ide dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang telah didefinisikan.
4. *Prototype*: Setelah tim memiliki ide yang menjanjikan, mereka membuat prototipe atau model yang sederhana untuk menguji dan menggambarkan solusi yang diusulkan. Prototipe dapat berupa produk fisik.
5. *Test*: pada tahap ini, tim menguji prototipe dengan pengguna untuk mendapatkan umpan balik dan pemahaman lebih lanjut tentang keefektifan solusi yang diusulkan.