

Konten Serial Sebagai Media Informasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung

Keisha Nazwarani Lukmansyah*, Sophia Novita

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*keishanzwrn@gmail.com, sophia.novita@unisba.ac.id

Abstract. Protocol and Communication The Bandung City Leadership has the main tasks, namely convey information and explanations to related parties in accordance with needs or at the direction of the leadership. Therefore, the Bandung City Leadership Protocol and Communications team utilizes Instagram social media through its account, namely @halobandung, by creating unique and interesting content, one of which is the BabanNdung JujuAra Series content. This research also aims to find out how the Bandung City Prokopim utilizes the content of the BabanNdung JujuAra series to convey information through its Instagram account, namely @halobandung. The method used in this research is qualitative using a constructivism paradigm and a case study approach. The data collection techniques used in this research were interviews, documentation and observation. The results of this research show that the content of the BabanNdung JujuAra series, the only serial content in the protocols and communications of leadership throughout the Java province which has information media made into short stories, the content of this series is also delivered using dialogue in the regional language of Bandung City, namely Sundanese, with displays footage of the leadership of the City of Bandung. The content of this series also has several methods in preparing its message, starting from research or monitoring first until it is broadcast on Instagram @halobandung. The leadership social media protocol and communications team also chose the BabanNdung JujuAra series content as information media because this series content is considered to be able to accommodate various messages, provide suggestions and solutions to the community in a closer way, as an idea update, and increase public interest, especially towards programs. program in Bandung City.

Keywords: *Social Media, Content, Series, Instagram.*

Abstrak. Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung mempunyai tugas pokok yaitu menyampaikan informasi dan penjelasan kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan kebutuhan atau atas arahan pimpinan, Maka dari itu, pihak Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung memanfaatkan media sosial Instagram melalui akunnya yaitu @halobandung dengan membuat konten-konten unik dan menarik, salah satunya konten Serial BabanNdung JujuAra. Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana prokopim Kota Bandung memanfaatkan konten serial BabanNdung JujuAra untuk menyampaikan informasi melalui akun instagramnya yaitu @halobandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten serial BabanNdung JujuAra ini, konten serial satusatunya di protokol dan komunikasi pimpinan se provinsi Jawa yang mempunyai media informasi dijadikan cerita pendek, yang dibawakan menggunakan dialog Bahasa Sunda, dengan menampilkan cuplikan-cuplikan pimpinan Kota Bandung. Konten serial ini juga dalam penyusunan pesannya mempunyai beberapa cara dimulai dari riset atau monitoring terlebih dahulu hingga ditayangkan di Instagram @halobandung. Tim media sosial memilih konten serial BabanNdung JujuAra sebagai media informasi karena dinilai dapat mengakomodir berbagai pesan, memberikan saran dan solusi kepada masyarakat dengan cara yang lebih dekat, sebagai pembaruan ide, dan meningkatkan animo masyarakat khususnya kepada program-program di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Media Sosial, Konten, Serial, Instagram.*

A. Pendahuluan

Dalam Instagram @halobandung pihak tim media sosial Prokopim juga menerapkan hal itu. Tetapi, tidak hanya beberapa hal yang dipaparkan diatas, Instagram @halobandung juga mempunyai caption menarik yang berusaha untuk berinteraksi dengan pengikut. Ditinjau dari beberapa caption yang ditulis menunjukkan adanya hal-hal yang dijelaskan diatas. Salah satunya yang peneliti akan lampirkan, caption dalam salah satu episode serial ini yang berkolaborasi dengan brand. Selain berkolaborasi, konten serial ini juga sudah terjadwal sejak tahun 2019 dengan di tayangkan minimal satu bulan sekali disesuaikan dengan isu dan kebutuhan atau konten ini juga biasanya dibuat saat memperingati hari-hari besar. Pada Instagram @halobandung ini juga tidak hanya konten serial BabanNdung JujuAra saja namun konten yang dibuat pun beragam mulai dari infografis hingga dokumentasi pimpinan setiap harinya.

Pada Instagram story @halobandung juga aktif membuat konten yang menciptakan keterlibatan yang tinggi dari pengikutnya. Konten serial BabanNdung JujuAra ini diperankan oleh empat pemeran utama yaitu A Baban, Mang Ndung, Teh Juju, dan Teh Ara yang disingkat menjadi judul serial ini yaitu BabanNdung JujuAra seperti ciri khas slogan dari Kota Bandung yaitu 'Bandung Juara' yang dimana beberapa pemeran dengan latar belakang yang berbeda-beda mampu memperlihatkan sudut pandang kehidupan masyarakat Kota Bandung pada umumnya dengan harapan informasi yang diberikan lebih bisa diterima karena terasa dekat dengan masyarakat seperti yang disampaikan oleh Mulyana (2000 : 117) bahwa efektifitas komunikasi bisa terjadi jika banyak kesamaan antara komunikator dengan komunikan. Konten informasi yang diberikan juga dapat digunakan sebagai alat pertimbangan pengambilan keputusan (Wiradhika Utama & Novita, 2023). Dilansir dari communication. Id Gen Z merupakan generasi yang bergantung dengan internet, karena gen Z merupakan generasi yang lahir dan dibesarkan dengan pesatnya perkembangan teknologi internet sudah sangat mudah digunakan, Pada saat ini Gen Z menggunakan smartphone atau internet dalam kesehariannya dengan penggunaan yang beraneka ragam salah satunya yang tidak bisa lepas dari generasi ini yaitu akses media sosial. Media sosial yang digunakan oleh Gen Z beragam, namun dilansir dari firstmedia. Com Instagram masih menjadi media sosial yang berkembang pesat melebihi media sosial lainnya. Media sosial juga berbeda dengan media konvensional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, dimana interaksi yang terjadi sifatnya sangat terbatas serta sulit untuk melibatkan interaksi dalam jumlah yang cukup masif.

Maka dari itu, Media sosial berperan penting dalam komunikasi yaitu sebagai alat yang digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dengan khalayak luas. Seperti yang didefinisikan oleh Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online bahwa media sosial merupakan suatu alat komunikasi yang bisa digunakan oleh beberapa jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk semua orang. Dalam buku Komunikasi 2.0 komunikasi secara online dalam hal ini dilihat lebih murah, cepat, dan mudah.

Komunikasi secara online juga tidak berjalan hanya searah, sudah banyak inovasi yang dilakukan oleh tiap-tiap tim media sosial agar konten yang dihasilkannya inovatif. Seperti yang dikatakan oleh Watie hadirnya internet membuat cara komunikasi di masyarakat menjadi baru, media sosial khususnya yang merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat menjadi komunikasi yang tak terbatas apapun, bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Serial tersebut terus dipertahankan sejak 2019 karena melihat antusiasme seperti viewers, likes, komentar dan feedback melalui komentar positif yang diberikan oleh pengikut Instagram meskipun dengan beberapa faktor hambatan yang dilalui namun tim media sosial Prokopim Kota

Bandung tidak berhenti untuk tetap menayangkan serial ini. Dengan beberapa tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik konten serial BabanNdung JujuAra dalam menyampaikan informasi di Instagram
2. Untuk mengetahui penyusunan pesan yang akan disampaikan melalui serial BabanNdung JujuAra.

3. Untuk mengetahui tujuan Prokopim Kota Bandung dalam pemilihan serial untuk media informasi.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian dengan metode kualitatif menurut Anggito dan Setiawan (2018 : 8) pada bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu latar yang bertujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan peneliti sebagai instrument kuncinya, dengan pendekatan studi kasus untuk mengkaji lebih dalam mengenai konten serial sebagai media informasi bagi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara kepada empat narasumber, yaitu koordinator sosial media protokol dan komunikasi pimpinan Kota Bandung, subkoordinator Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, tim analisis isu sekaligus penulis naskah serial BabanNdung JujuAra, dan pengikut Instagram @halobandung. Selanjutnya dokumentasi berupa gambar di lapangan saat pelaksanaan syuting serial BabanNdung JujuAra dan dokumentasi berupa bukti konten-konten serial BabanNdung JujuAra di Instagram @halobandung, dengan adanya dokumentasi bisa menjadi informasi tambahan dalam penelitian dan memperkuat data yang sudah didapatkan. Lalu yang terakhir ada observasi. Peneliti menggunakan observasi non partisipan atau observasi tidak terstruktur, yang dimana saat peneliti melakukan observasi ke lapangan pada 10 Agustus 2023 observasi dilakukan dengan datang langsung ke lokasi syuting konten serial BabanNdung JujuAra episode Kemerdekaan Republik Indonesia, peneliti melakukan observasi dengan menghitung lama waktu syuting dan proses pembacaan naskah. Karena peneliti disini berperan sebagai pengamat dan tidak terlibat dalam subjek penelitian maka, observasi yang peneliti lakukan observasi non partisipan

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Konten Serial BabanNdung JujuAra dalam Menyampaikan Informasi di Instagram @halobandung

Karakteristik yang diciptakan oleh tim media sosial prokopim Kota Bandung juga mempunyai tujuannya sendiri yaitu untuk menjadikan konten ini pembeda dari konten lainnya, sesuai yang dikatakan oleh koordinator media sosial Prokopim Kota Bandung, Tantri Anisa. Dalam konten apapun pastinya mempunyai karakteristik atau ciri khasnya tersendiri. ,mengemukakan bahwa perlunya memasukan karakteristk konten sebagai salah satu parameter penerimaan terhadap suatu pelaksanaan konten itu sendiri. Dengan menciptakan konten yang selalu menyelipkan kegiatan atau program pimpinan Kota Bandung, masyarakat juga bisa melihat secara langsung di media sosial kinerja pimpinan Kota Bandung tanpa harus turun langsung ke lapangan.

Selanjutnya pada konten serial BabanNdung JujuAra juga mempunyai kuis interaktif di beberapa episode dengan adanya kuis interaktif ini, masyarakat dapat memberikan kritik, saran bahkan masukan kepada pemerintah Kota Bandung dan pihak pemerintah Kota Bandung pun bisa langsung menjawab atau bertanya apa yang masyarakat butuhkan. Pada serial ini juga yaitu di tayangkan dengan bentuk audio visual yang berbeda dengan konten-konten videografi lainnya karena mempunyai design bumper yang berbeda dengan konten lain yang ada di Instagram @halobandung, juga menampilkan visualisasi dunia nyata yang dikemas menjadi virtual, seperti bisa dimasukan segala aspek seperti visual, audio, dikemas menjadi video panjang maupun video pendek yang dimana berkesinambungan dengan karakteristik teori new media yaitu visual karakteristik yang berkaitan dengan upaya mewujudkan dunia virtualnya yang dibangun oleh video digital. Poin virtual ini menjelaskan mengenai perwujudan dunia virtual oleh video digital.

Penyusunan Pesan Informasi pada Konten Serial BabanNdung JujuAra

Tim media sosial Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung mempunyai beberapa tahap dalam penyusunan pesan hingga akhirnya konten tersebut di tayangkan. dalam konten serial ini proses penyusunan tidak hanya penulisan naskah saja, tim media sosial prokopim Kota Bandung melakukan riset atau monitoring terlebih dahulu. Seperti yang sudah peneliti dapatkan di lapangan dan peneliti paparkan di temuan penelitian, riset atau monitoring ini dilakukan oleh

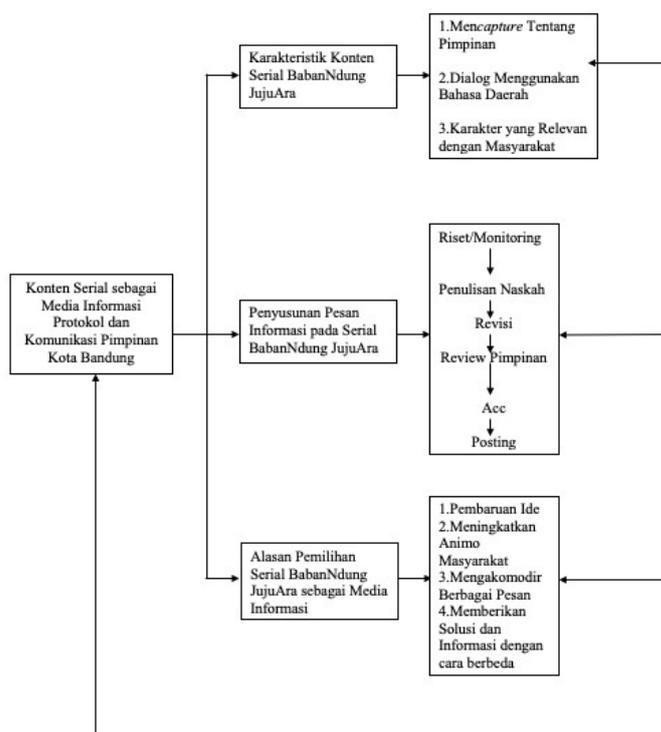
tim media sosial Prokopim Kota Bandung dengan membandingkan dalam tiga media yaitu, media massa online, media sosial, dan media cetak. Tim media sosial melakukan analisis isu dengan tiga media tersebut guna mengetahui isu apa saja yang sedang marak di Masyarakat. Tri Rachmadi juga menambahkan bahwa riset keyword dilakukan guna untuk menungkapkan istilah pencarian yang sedang populer.

Tahap pertama yang dilakukan dalam penulisan naskah yaitu membangun pengenalan karakter agar audiens yang menonton setiap episodenya mengetahui karakter apa saja yang ada dalam serial BabanNdung JujuAra ini, lalu set-up meliputi setting tempat dan waktu, selanjutnya memasuki tahap konflik dan klimaks dalam tahap ini pesan yang disampaikan yaitu pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam masyarakat, tahap ini membuat masyarakat relevan dan bisa merasa ditampung aspirasi atau pertanyaannya. Selanjutnya saat naskah sudah rampung dilakukan pengecekan oleh pimpinan Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu pa Suhendro Drajad sebagai subkoordinator Komunikasi Pimpinan dengan pa Evi sebagai Kepala Bagian. Pa Suhendro dan Pa Evi sebagai pimpinan di prokopim Kota Bandung tentunya mempunyai syarat atau prosedur tersendiri untuk konten serial ini, jika sudah sesuai dengan SOP yang ada, maka konten serial ini dapat dilanjut ke proses editing lalu ditayangkan.

Alasan Prokopim Kota Bandung dalam Memilih Serial untuk Media Informasi

Sesuai dengan yang disebutkan oleh Puntoadi manfaat media sosial salah satunya dapat memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen atau audiens. Karena, di media sosial sendiri dapat berinteraksi dua arah. Generasi Z yang merupakan kelahiran tahun 1996-2012 merupakan generasi emas yang perlu untuk meningkatkan animonya dalam program-program pemerintah, dilansir dari firstmedia.

Com Instagram masih menjadi media sosial yang berkembang paling pesat dibandingkan media sosial lainnya, dengan adanya konten serial ini yang ditayangkan di Instagram dapat membuat generasi Z mengetahui isu-isu terbaru yang ada di tataran pemerintah, program-program pemerintah, bahkan hingga program politik. Hingga terbentuklah serial BabanNdung JujuAra untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan atau keresahan dari citizen journalism ini yang mayoritasnya adalah generasi Z, tim media sosial prokopim Kota Bandung membuat media untuk merespon dengan berbentuk audio visual agar tidak hanya bisa dibaca atau dilihat sebagai gambar saja, tetapi juga dapat melihat sebuah video yang bisa terdengar dengan jelas seperti apa penanganannya. dalam penelitian ini peneliti mencoba membuat rangkuman mengenai semua aspek-aspek yang sudah peneliti bahas sebelumnya kedalam satu model. Berikut model hasil temuan peneliti:



Gambar 1. Model Temuan Penelitian Konten Serial BabanNdung JujuAra sebagai Media Informasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Konten ini didalamnya selalu menyelipkan tentang pimpinan, karakteristik ini juga dibangun pada bagian audionya yaitu dialog dari serial ini yang beberapa percakapan menggunakan bahasa daerah Kota Bandung yaitu Bahasa sunda, karena konten ini juga bertujuan dengan masyarakat dan membuat masyarakat relevan. Dan yang terakhir tokoh-tokoh atau pemain yang relevan dengan masyarakat
2. Penyusunan pesan dilakukan oleh tim media sosial prokopim Kota Bandung melalui beberapa tahap yaitu, riset atau monitoring, penulisan naskah, revisi, review oleh Pimpinan Protokol dan Komunikasi Pimpinan, jika konten sudah sesuai maka konten dapat ditayangkan dan dibagikan di media sosial
3. Alasan Protokol dan Komunikasi Pimpinan menjadikan Serial BabanNdung JujuAra untuk menyampaikan informasi di Instagram karena target audiens dari konten ini yaitu semua lapisan masyarakat khususnya generasi Z yang perlu melek perihal pemerintahan, selanjutnya masyarakat bisa merasakan atau bisa relate dengan apa yang terjadi pada konten ini, konten ini bisa dikemas menjadi berbagai penyampaian pesan karena bersifat audio, visual dan teks dan bisa memberikan segala kebutuhan informasi

Acknowledge

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat Menyusun skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Atie Rachmiate, Dra., M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang saya hormati.
2. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Ibu Dr. Ani Yuningsih, Dra., M.Si. yang telah

- memberikan masukan dan membantu dari awal usulan penelitian ini dilaksanakan.
3. Sekprodi Ilmu Komunikasi, Ibu Indri Rachmawati, S.Sos., M.Ikom. yang telah memberikan arahan dan informasi selama proses pengerjaan seminar usulan penelitian ini.
 4. Kedua Orang Tua saya, Ayah dan ibu yang selalu support terhadap apapun yang peneliti lakukan, selalu ada untuk peneliri dan selalu memberikan semangat serta doa yang mereka berikan.
 5. Prof. Dr. Ike Junita Triwardhani, S.Sos., M.Si. selaku dosen wali yang selalu memberi dukungan dan memberi saran dalam mengarahkan pengerjaan seminar usulan penelitian ini.
 6. Sophia Novita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah berjasa memberikan bimbingan kepada peneliti, yang selalu sabar membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan seminar usulan penelitian ini. Terimakasih atas motivasi, masukan, dan doa yang telah ibu berikan.
 7. Para dosen Fikom Unisba serta pada Tendik yang selalu membantu memfasilitasi penulis dalam kelancaran proses penyusunan usulan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: syakir Media Press.
- [2] Brogan, C. 2010. Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Lister, Martin et al., (ed), (2009) New Media: A Critical Introduction, Second Edition, New York: Routledge
- [4] Utama, M. A. W., & Novita, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran TIC Kota Bandung sebagai Sarana Informasi Pariwisata di Instagram. Jurnal Riset Public Relations, 55-60.
- [5] Yin, R. K. 2014. Studi Kasus Desain dan Metode, Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.