

Proses Produksi Video Instagram Reels untuk Diseminasi Informasi Pemerintah: Studi Kasus @Diskominfo Bandung

Najmi Khalisah^{1*}, Suparman², Rr. Renny Soelistiyowaty³

^{1*,2,3} Sekolah Vokasi, IPB University, Bogor, Indonesia.

Corresponding Email: najmikhaliah@apps.ipb.ac.id^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 10 Maret 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 30 April 2025; *Diterima* 10 Mei 2025; *Diterbitkan* 30 Mei 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses produksi video Instagram Reels oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung (@diskominfo Bandung) dalam menyebarkan informasi pemerintah kepada masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengidentifikasi tahapan produksi yang terdiri dari praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga informan utama yang terlibat langsung dalam produksi, serta observasi dan dokumentasi selama periode Januari hingga Mei 2025. Penelitian ini juga mengungkap kendala yang dihadapi oleh tim produksi dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap tahapan produksi mencerminkan fungsi media massa menurut teori Denis McQuail, yaitu informasi, korelasi, hiburan, dan mobilisasi. Tahap praproduksi melibatkan analisis isu-isu terkini, penentuan topik yang relevan, dan penyusunan naskah yang menarik. Selama produksi, estetika visual dan aspek teknis dipertimbangkan untuk menciptakan konten yang menarik dan informatif. Pascaproduksi berfokus pada pengeditan, pemilihan musik, dan penulisan naskah untuk meningkatkan dampak video. Tim Diskominfo Kota Bandung menghadapi kendala teknis dan sumber daya manusia, namun berhasil mengatasinya melalui strategi kolaboratif, alat pengeditan yang efisien, dan penyederhanaan informasi yang kompleks. Studi ini memberikan wawasan tentang strategi komunikasi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram Reels, sebagai sarana yang efektif dan menarik untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat sambil menghadapi berbagai tantangan dalam proses produksi.

Kata Kunci: Diseminasi Informasi; Instagram Reels; Komunikasi Pemerintah; Media Sosial; Produksi Konten.

Abstract

This study aims to describe the Instagram Reels video production process by the Bandung City Communication and Informatics Agency (@diskominfo Bandung) in disseminating government information to the public. Using a descriptive qualitative approach, this study identified the production stages consisting of pre-production, production, and post-production. Data were obtained through in-depth interviews with three key informants directly involved in production, as well as observation and documentation during the period from January to May 2025. This study also revealed the obstacles faced by the production team and the efforts made to overcome these challenges. The results showed that each stage of production reflects the function of mass media according to Denis McQuail's theory, namely information, correlation, entertainment, and mobilization. The pre-production stage involves analyzing current issues, determining relevant topics, and compiling an interesting script. During production, visual aesthetics and technical aspects are considered to create interesting and informative content. Post-production focuses on editing, music selection, and scriptwriting to enhance the impact of the video. The Bandung Diskominfo team faced technical and human resource constraints, but managed to overcome them through collaborative strategies, efficient editing tools, and simplifying complex information. This study provides insight into the government's communication strategy in utilizing social media, especially Instagram Reels, as an effective and engaging means of disseminating information to the public while facing various challenges in the production process.

Keyword: Dissemination of Information; Instagram Reels; Government Communications; Social Media; Content Production.

1. Pendahuluan

Proses produksi video merupakan rangkaian tahapan yang dimulai dari perencanaan konsep hingga hasil akhir yang siap dipublikasikan. Dalam dunia komunikasi visual, produksi video menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan karena mampu menggabungkan elemen audio dan visual yang menarik perhatian audiens. Proses produksi video biasanya terdiri dari tiga tahapan utama: pra-produksi (perencanaan, penulisan naskah, pembuatan *storyboard*), produksi (pengambilan gambar), dan pasca-produksi (editing, penambahan efek, serta penyempurnaan audio-visual). Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi. Media sosial menjadi alat yang penting dalam proses tersebut, memungkinkan distribusi pesan yang cepat, luas, dan interaktif. Fitriani (2017) menyatakan bahwa media sosial memiliki manfaat penting sebagai sarana penyebaran informasi, meskipun penggunaannya harus tetap memperhatikan regulasi seperti UU ITE untuk menghindari penyalahgunaan informasi. Penyebaran informasi melalui media sosial memungkinkan pesan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Dengan tingkat penggunaan media sosial yang terus meningkat, platform seperti Instagram menjadi alat komunikasi yang sangat penting dalam ranah komunikasi massa, termasuk di sektor pemerintahan. Instansi pemerintah kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung dan cepat, memperkuat transparansi, serta meningkatkan partisipasi *public*. Menurut laporan *Digital 2023: Indonesia*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2023 mencapai 167 juta orang, yang setara dengan 60,4% dari total populasi (Kemp, 2023). Instagram, dengan kemampuannya menggabungkan konten visual dan interaktif, menjadi salah satu platform yang sering digunakan oleh instansi pemerintah. Instagram meluncurkan fitur *Reels* pada 5 Agustus 2020 (Kompas, 2021), yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek berdurasi hingga 60 detik dengan efek dan musik latar. Fitur ini kini dimanfaatkan oleh berbagai instansi pemerintah untuk menyebarkan informasi dengan cara yang lebih ringan dan menarik. Salah satu bentuk inovatif dari media sosial saat ini adalah video pendek, seperti Instagram *Reels*, yang memungkinkan penyampaian pesan dalam waktu singkat namun tetap menarik. Dengan fitur-fitur seperti musik, filter, dan teks interaktif, *Reels* menjadi format yang mudah diakses dan dipahami oleh khalayak, serta efektif dalam menarik perhatian (Salsabila & Yudhaprasti, 2023). Penelitian mereka menemukan bahwa kemudahan navigasi (*navigability*) menjadi motif utama khalayak dalam mengakses berita di Instagram *Reels*, yang menunjukkan bahwa format ini sangat sesuai dengan kebutuhan konsumsi informasi cepat di era digital.

Salah satu instansi pemerintah yang aktif menggunakan Instagram *Reels* adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung (@diskominfobdg), yang memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan informasi seputar program, kebijakan, dan kegiatan pemerintahan Kota Bandung. Melalui *Reels*, Diskominfo Kota Bandung berupaya menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif dan mudah diterima oleh masyarakat. Proses produksi video *Reels* di instansi ini tentu memerlukan perencanaan dan eksekusi yang tepat agar informasi dapat disampaikan dengan efektif dan menarik perhatian audiens. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten video yang dipublikasikan oleh tim media sosial pemerintah memiliki daya tarik tinggi dan mampu memberikan informasi yang edukatif kepada masyarakat. Anggraeni (2024) dalam studinya yang berjudul "Produksi Konten Promosi Layanan Aduan Masyarakat dan Media Informasi Diskominfo Kota Bogor" menunjukkan bahwa konten visual bersifat informatif dan edukatif, serta dirancang secara menarik oleh tim kreatif, termasuk desainer grafis. Melihat pentingnya peran media sosial, khususnya Instagram *Reels*, dalam penyebaran informasi pemerintahan, perlu adanya pemahaman lebih lanjut mengenai bagaimana instansi pemerintah, seperti Diskominfo Kota Bandung, memproduksi video *Reels*. Dengan memahami proses produksinya, kita dapat mengidentifikasi bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk mendukung tugas instansi dalam menyampaikan informasi publik secara efektif. Namun demikian, kesenjangan penelitian terlihat pada kurangnya kajian yang secara spesifik membahas proses produksi konten video pendek di Instagram *Reels* oleh lembaga pemerintah daerah,

khususnya dalam konteks strategi komunikasi visual dan efektivitas pesan publik. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada motif khalayak dalam mengakses *Reels* atau produksi konten secara umum, tetapi belum banyak yang menelusuri secara mendalam bagaimana proses kreatif, pengemasan informasi, hingga peran tim media sosial pemerintah, seperti Diskominfo Kota Bandung, dalam menghasilkan konten *Reels* yang informatif dan menarik. Relevansi penelitian ini semakin kuat mengingat pada awal tahun 2023, Indonesia memiliki 212,9 juta pengguna internet dengan tingkat penetrasi sebesar 77,0%, serta 167 juta pengguna media sosial yang setara dengan 60,4% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai saluran komunikasi pemerintah kepada masyarakat (Kemp, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami lebih jauh bagaimana Diskominfo Kota Bandung memproduksi konten Instagram *Reels* sebagai media informasi publik. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ranah ilmu komunikasi, terutama dalam pemanfaatan media digital pemerintah untuk menyampaikan informasi secara strategis kepada masyarakat luas.

Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi massa sebagai kerangka untuk memahami bagaimana informasi disampaikan secara luas melalui media digital. Komunikasi massa merujuk pada proses penyampaian pesan dari satu sumber kepada audiens yang besar, heterogen, dan tersebar melalui media publik yang simultan. Dalam konteks ini, Instagram, khususnya fitur *Reels*, berfungsi sebagai media massa baru yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, visual, dan menjangkau khalayak luas. Untuk memperdalam analisis, penelitian ini merujuk pada teori fungsi media massa menurut teori fungsi media massa dari McQuail (Qadaruddin, 2013), media memiliki lima fungsi utama, yaitu (1) informasi, yaitu menyampaikan berita dan pengetahuan; (2) korelasi, yakni menjelaskan dan menginterpretasikan kejadian; (3) kesinambungan, yaitu mendukung nilai-nilai dominan dan budaya; (4) hiburan, sebagai sarana relaksasi dan emosi; dan (5) mobilisasi, yaitu mendorong masyarakat bertindak dalam isu tertentu. Dalam konteks penyebaran informasi pemerintahan oleh Diskominfo Bandung, fungsi informasi dan mobilisasi menjadi dominan, karena konten *Reels* dirancang untuk menyampaikan program dan kebijakan pemerintah sekaligus mendorong keterlibatan publik.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penggunaan video *Reels* Instagram pada akun @diskominfobdg sebagai sarana penyebaran informasi pemerintahan kepada masyarakat. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggali makna di balik data yang tampak di permukaan. Menurut Sugiyono (2022), metode kualitatif menghasilkan data yang bersifat mendalam dan bermakna. Penelitian ini dilakukan secara langsung di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Bandung, Jl. Wastukencana No. 2, pada rentang waktu Januari hingga Mei 2025. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur. Observasi dilakukan terhadap proses produksi konten *Reels*, mencakup tiga tahapan utama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, peneliti mengamati perumusan ide dan penyusunan naskah; tahap produksi mencakup proses pengambilan gambar; dan pasca-produksi meliputi proses editing hingga unggahan. Observasi ini disertai partisipasi pasif peneliti untuk memahami alur kerja tim secara nyata. Wawancara semi-terstruktur dilakukan pada bulan April hingga Mei 2025 dengan menggunakan pedoman wawancara yang berisi sekitar 15 pertanyaan terbuka untuk masing-masing informan. Wawancara dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Menurut Salsabila (2022), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama seperti wawancara, sedangkan data sekunder, menurut Sulung dan Muspawi (2024), merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti penelitian terdahulu yang relevan. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang dipilih secara purposive karena memiliki peran strategis dalam perencanaan, produksi, dan pengelolaan akun Instagram Diskominfo. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi

pedoman wawancara, perekam suara, dan kamera ponsel. Menurut Makbul (2021), instrumen merupakan elemen penting dalam pengumpulan data karena menjadi alat utama untuk memperoleh informasi yang valid. Pedoman wawancara disusun berdasarkan kajian teori komunikasi digital dan strategi media sosial, lalu diuji keterbacaannya dan dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber,

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Proses Produksi Video *Reels* Instagram @Diskominfobdg Dalam Menyebarkan Informasi Pemerintahan

Proses produksi video *Reels* Instagram oleh akun resmi @Diskominfobdg dalam menyebarkan informasi pemerintahan dapat dipahami melalui kerangka teori komunikasi massa. Salah satu pendekatan yang relevan digunakan dalam memahami proses ini adalah pendekatan fungsionalisme media massa, khususnya fungsi media yang dikemukakan oleh McQuail. McQuail mengidentifikasi lima fungsi utama media massa, yaitu: informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan, dan mobilisasi. Seluruh tahapan produksi yang dilakukan oleh tim @Diskominfobdg merefleksikan berbagai fungsi ini secara terpadu dalam upaya menyampaikan pesan pemerintahan kepada masyarakat luas melalui platform digital.

3.1.2 Pra Produksi

Pada tahap pra-produksi Menurut Adelia (2024), tim melakukan analisis mendalam terhadap isu-isu aktual yang sedang menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Proses ini tidak hanya melibatkan pengumpulan informasi, tetapi juga evaluasi kritis terhadap relevansi dan dampak potensial dari setiap topik yang dipertimbangkan. Tim berupaya untuk mengidentifikasi isu-isu yang tidak hanya menarik perhatian publik, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan dapat memberikan wawasan baru kepada audiens. Analisis ini sejalan dengan fungsi informasi dan korelasi dalam teori McQuail, di mana media berperan sebagai jembatan antara peristiwa atau kebijakan dengan pemahaman masyarakat. Keterlibatan seluruh anggota tim dalam tahap pra-produksi ini mencerminkan pendekatan kolaboratif yang kuat. Melalui diskusi dan *brainstorming* bersama, tim tidak hanya menyatukan persepsi tetapi juga mengoptimalkan keahlian dan perspektif unik dari setiap anggota. Proses ini memungkinkan tim untuk mengembangkan konsep konten yang lebih komprehensif dan multidimensi. Dengan memastikan bahwa setiap anggota memiliki pemahaman yang sama terhadap konten yang akan diproduksi, tim dapat bekerja secara lebih efisien dan fokus selama tahap produksi berikutnya, serta memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan visi dan tujuan yang telah ditetapkan bersama. Penentuan judul yang menarik dan mudah dipahami merupakan langkah krusial dalam proses komunikasi pemerintahan. Judul yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai pintu gerbang informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun koneksi emosional dengan audiens. Dengan memilih kata-kata yang tepat dan struktur yang memikat, tim komunikasi berusaha menciptakan rasa penasaran yang mendorong audiens untuk menggali lebih dalam tentang isu yang diangkat. Strategi ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk meningkatkan partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan dan implementasi kebijakan. Lebih lanjut, judul yang dirancang dengan baik dapat menjadi katalis untuk fungsi mobilisasi dalam komunikasi pemerintahan. Dengan memicu ketertarikan awal, judul tersebut membuka jalan bagi penyampaian informasi yang lebih kompleks dan mendalam. Hal ini dapat mendorong audiens untuk tidak hanya memahami isu yang diangkat, tetapi juga merespons secara aktif, baik melalui diskusi, umpan balik, atau bahkan keterlibatan langsung dalam program-program pemerintah.

Pemilihan judul yang tepat menjadi langkah awal yang vital dalam membangun jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, mendukung terciptanya pemerintahan yang lebih transparan, responsif, dan partisipatif. Penyusunan naskah yang sistematis merupakan langkah krusial dalam menciptakan konten yang efektif dan edukatif. Proses ini dimulai dengan pengenalan yang menarik perhatian audiens, dilanjutkan dengan penyampaian inti pesan secara jelas dan terstruktur, dan diakhiri dengan penutup yang memperkuat pesan utama. Pendekatan ini memastikan bahwa narasi mengalir dengan lancar, memudahkan pemahaman audiens, dan memaksimalkan dampak edukatif dari konten yang disampaikan. Proses persetujuan naskah oleh mentor dan pimpinan sebelum memasuki tahap produksi menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan akurasi informasi. Langkah ini tidak hanya menjaga konsistensi pesan dengan nilai-nilai lembaga, tetapi juga memperkuat posisi lembaga sebagai sumber informasi yang terpercaya. Melalui proses ini, lembaga dapat memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi sejalan dengan misi dan visi organisasi, serta memenuhi standar ketelitian dan kredibilitas yang tinggi. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga sebagai penyedia informasi yang andal dan berkualitas. Proses kreatif dalam pembuatan konten melibatkan riset mendalam terhadap tren yang sedang berkembang. Langkah ini dianggap krusial untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap relevan dan selaras dengan preferensi serta minat publik yang terus berubah. Dengan melakukan analisis tren, tim kreatif dapat mengidentifikasi topik-topik yang sedang diminati, gaya penyampaian yang efektif, serta format konten yang paling menarik bagi audiens target. Selain fokus pada penyampaian pesan pemerintah, konten juga dirancang dengan pendekatan yang menarik dan menghibur. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara informasi dan hiburan, sehingga konten tidak hanya informatif tetapi juga mudah dicerna dan dinikmati oleh audiens. Dengan mengadopsi elemen-elemen yang dekat dengan keseharian masyarakat, konten menjadi lebih relatable dan mampu membangun koneksi emosional dengan penonton. Pendekatan ini memungkinkan pesan-pesan penting dari pemerintah tersampaikan dengan cara yang lebih ringan dan tidak terkesan kaku atau formal, sehingga lebih mudah diterima dan diingat oleh audiens.

3.1.3 Produksi

Pada tahap produksi, keterlibatan berbagai pihak seperti ASN, peserta magang, dan masyarakat menunjukkan pendekatan kolaboratif yang inklusif dalam pembuatan konten. Program seperti "TAMAS (Tanya Masyarakat)" menjadi contoh nyata partisipasi publik dalam proses kreatif, yang tidak hanya memperkaya isi konten dengan perspektif langsung dari masyarakat, tetapi juga meningkatkan rasa kepemilikan dan keterlibatan sosial terhadap hasil produksi. Keterlibatan ini memberikan nilai tambah dalam bentuk autentisitas dan relevansi konten dengan kebutuhan serta aspirasi publik. Selain itu, perencanaan yang matang terkait lokasi syuting, pemilihan talent, dan alur visual menunjukkan adanya manajemen produksi yang terstruktur. Penentuan elemen-elemen tersebut sebelum proses pengambilan gambar dimulai memungkinkan efisiensi waktu dan sumber daya, serta meminimalkan potensi hambatan teknis di lapangan. Hal ini juga mencerminkan profesionalisme tim produksi dalam menjaga kualitas dan konsistensi konten yang dihasilkan, sekaligus memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens sasaran. Dalam produksi konten televisi dan media digital, kualitas produksi memegang peranan krusial dalam menciptakan tayangan yang efektif dan informatif. Ramdhani (2024) menekankan pentingnya proses produksi yang terstruktur dengan baik untuk mencapai tujuan ini. Salah satu aspek penting dalam proses produksi adalah pengambilan gambar. Wirawan dan Darmawan (2020) mengidentifikasi bahwa penggunaan satu kamera dalam proses ini sering kali menimbulkan kendala, seperti interupsi atau kebutuhan untuk mengulang adegan guna mendapatkan sudut pengambilan yang berbeda. Menurut informasi dari admin media sosial Diskominfo, produksi konten juga melibatkan pengarahan teknis yang lebih mendalam. Ini mencakup pemilihan angle kamera yang tepat dan memperhatikan estetika visual untuk meningkatkan kualitas hasil akhir. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip komunikasi visual, di mana pengambilan gambar dilakukan dengan cermat untuk memastikan pesan pemerintah dapat disampaikan secara jelas, ringan, dan menarik kepada

masyarakat. Strategi ini merefleksikan fungsi informasi dalam teori McQuail, di mana media berfungsi sebagai saluran penyampai pesan yang efektif untuk menjangkau audiens yang luas. Pendekatan visual yang estetis dan menarik dalam produksi konten media tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan yang disampaikan. Melalui penggunaan warna, komposisi, dan elemen desain yang tepat, konten visual dapat menarik perhatian audiens dan mempertahankan keterlibatan mereka lebih lama. Hal ini memungkinkan informasi yang disajikan untuk lebih mudah dicerna dan diingat, sekaligus menciptakan pengalaman menonton yang lebih menyenangkan dan memuaskan. Integrasi antara aspek informatif dan hiburan dalam produksi konten media mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi audiens modern. Dengan menggabungkan elemen edukasi dan hiburan, produsen konten dapat menciptakan materi yang tidak hanya bermanfaat tetapi juga menghibur, sehingga meningkatkan kemungkinan audiens untuk terlibat secara aktif dan berbagi konten tersebut. Pendekatan ini juga memungkinkan penyampaian informasi yang kompleks atau serius dengan cara yang lebih mudah diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, memperluas jangkauan dan dampak dari konten yang diproduksi.

3.1.4 Pasca Produksi

Proses pascaproduksi dalam pembuatan konten digital melibatkan beberapa tahapan penting, dengan editing sebagai langkah krusial. Aplikasi CapCut menjadi pilihan utama dalam proses ini karena kemudahan penggunaannya dan efisiensi dalam mengelola sumber daya yang terbatas. Selain itu, penggunaan Canva sebagai aplikasi pendukung memungkinkan tim untuk menambahkan elemen grafis yang menarik, meningkatkan kualitas visual konten secara keseluruhan. Setelah proses editing selesai, tim melakukan *screening* atau peninjauan ulang terhadap hasil akhir. Langkah ini penting untuk memastikan kualitas konten dan kesesuaiannya dengan tujuan yang diinginkan. Sebagai tahap final, konten yang telah melalui proses *screening* harus mendapatkan persetujuan dari pimpinan sebelum dapat dipublikasikan. Prosedur ini memastikan bahwa setiap konten yang dirilis telah melalui serangkaian pemeriksaan dan memenuhi standar yang ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan. Pemilihan musik yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai elemen pendukung visual, tetapi juga mampu membentuk suasana emosional yang diinginkan dalam konten. Musik yang sedang tren sering kali memiliki daya tarik tersendiri karena telah dikenal luas oleh audiens, sehingga menciptakan rasa kedekatan dan meningkatkan kemungkinan interaksi, seperti *like*, komentar, atau berbagi konten. Dengan demikian, musik menjadi alat strategis dalam menciptakan pengalaman multimedia yang menyeluruh dan menyenangkan bagi audiens. Pemanfaatan musik dalam konten digital dapat dilihat sebagai bentuk aktualisasi dari fungsi hiburan yang dikemukakan oleh Denis McQuail. Dalam kerangka teorinya, media tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan psikologis audiens, seperti hiburan, pelarian dari rutinitas, dan ekspresi emosi.

Oleh karena itu, pemilihan musik yang sesuai tidak hanya memperkuat pesan yang ingin disampaikan, tetapi juga meningkatkan nilai estetika dan emosional dari konten, sehingga memperbesar potensi keterlibatan audiens secara keseluruhan. Evaluasi pasca produksi merupakan tahap krusial dalam proses pembuatan konten digital. Selain meninjau *insight* dan komentar pengguna, tim produksi juga menganalisis metrik-metrik penting seperti jumlah tayangan, tingkat *engagement*, dan waktu tonton. Evaluasi menyeluruh ini memungkinkan tim untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan konten, serta memahami preferensi audiens dengan lebih baik. Jika ditemukan bahwa konten belum mencapai tujuan yang diharapkan, tim dapat melakukan penyesuaian strategi, mulai dari perubahan format, gaya penyampaian, hingga pemilihan platform distribusi yang lebih tepat. Proses produksi ulang dengan pendekatan berbeda mencerminkan komitmen untuk terus meningkatkan kualitas dan efektivitas konten. Hal ini dapat melibatkan berbagai aspek, seperti penyederhanaan bahasa untuk memudahkan pemahaman, penambahan elemen visual yang lebih menarik, atau bahkan perubahan sudut pandang dalam menyajikan informasi. Fungsi mobilisasi yang tercermin dalam proses ini tidak hanya terbatas pada mendorong tindakan lanjutan dari publik, tetapi

juga mencakup upaya untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens melalui konten yang benar-benar relevan dan bermanfaat bagi mereka. Siklus evaluasi dan perbaikan ini menjadi kunci dalam memastikan bahwa konten yang dihasilkan selalu selaras dengan kebutuhan dan ekspektasi khalayak yang terus berevolusi. *Copywriting* atau penulisan caption memiliki peran strategis dalam menarik perhatian audiens serta menyampaikan pesan secara efektif. Dalam konteks komunikasi publik, gaya bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami menjadi kunci untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Penggunaan bahasa yang tidak kaku menciptakan kesan akrab dan bersahabat, sehingga audiens merasa lebih terlibat dan terdorong untuk berinteraksi dengan konten yang disajikan. Selain itu, pemilihan kata yang tepat dan relevan dengan konteks lokal dapat meningkatkan daya tarik pesan serta memperkuat identitas budaya yang ingin disampaikan. Penggunaan sapaan khas seperti “Sampurasun Warga Bandung” tidak hanya berfungsi sebagai pembuka yang menarik, tetapi juga sebagai simbol penghormatan terhadap nilai-nilai lokal. Sapaan ini menciptakan rasa memiliki dan kedekatan emosional antara pembuat konten dan masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Strategi ini mencerminkan pendekatan komunikasi yang inklusif dan partisipatif, di mana budaya lokal tidak hanya dihargai tetapi juga dijadikan sebagai fondasi dalam membangun narasi yang kuat dan berkelanjutan.

3.1.5 Kendala Yang Dihadapi Serta Upaya Yang Dilakukan Dalam Proses Produksi Video *Reels* Instagram @Diskominfobdg

Dalam proses produksi konten video *Reels*, Diskominfo Kota Bandung menghadapi berbagai kendala, baik dari segi teknis, sumber daya manusia, hingga dinamika sosial yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan. Kendala-kendala ini menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh tim untuk memastikan pesan pemerintahan tetap dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Maulvi (2021), media sosial memberikan kemudahan bagi humas pemerintah untuk membangun dialog dua arah dengan masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa produksi konten bukan hanya soal menyampaikan informasi, tetapi juga tentang membangun citra positif dan menjaga reputasi pemerintah. Salah satu kendala utama yang diungkapkan oleh informan adalah keterbatasan alat dan jumlah sumber daya manusia. Meski demikian, hal tersebut tidak menjadi penghalang dalam proses penyebaran informasi pemerintahan. Berdasarkan pernyataan dari informan, solusi yang dilakukan adalah dengan mengutamakan diskusi tim untuk menyatukan ide dan menjaga konsistensi dalam produksi konten. Proses kolaboratif ini mendukung fungsi korelasi dalam teori McQuail, di mana media bertugas menjelaskan dan menginterpretasikan informasi yang ada agar lebih mudah dipahami oleh publik. Keterbatasan alat dan sumber daya manusia merupakan tantangan signifikan dalam penyebaran informasi pemerintahan. Namun, tim yang bertanggung jawab telah menunjukkan kreativitas dan adaptabilitas dalam menghadapi kendala tersebut. Melalui pendekatan kolaboratif, mereka berhasil mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk tetap menghasilkan konten yang konsisten dan informatif. Diskusi tim yang intensif memungkinkan terjadinya pertukaran ide dan perspektif, sehingga menghasilkan interpretasi informasi yang lebih komprehensif dan mudah dipahami oleh masyarakat. Upaya ini sejalan dengan peran humas yang dikemukakan oleh Maulvi, yaitu mendengarkan aspirasi masyarakat dan menyesuaikan gaya komunikasi agar tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan publik. Strategi ini sejalan dengan fungsi korelasi media yang dikemukakan oleh McQuail, di mana media berperan penting dalam menjelaskan dan menginterpretasikan informasi kompleks menjadi bentuk yang lebih fleksibel bagi publik. Dengan menerapkan pendekatan ini, tim penyebar informasi pemerintahan tidak hanya mengatasi keterbatasan sumber daya, tetapi juga meningkatkan kualitas dan efektivitas penyampaian informasi. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dan kerja sama tim dapat menjadi solusi efektif dalam menghadapi tantangan operasional, sekaligus memenuhi tanggung jawab media dalam menyediakan informasi yang jelas dan bermanfaat bagi masyarakat. Dari sisi teknis, tantangan utama yang dihadapi tim adalah bagaimana menyederhanakan konten pemerintahan yang sering kali bersifat teknokratik dan penuh istilah birokratis menjadi narasi yang menarik, komunikatif, dan tetap akurat.

Hal ini memerlukan kemampuan untuk melakukan translasi informasi yang kompleks ke dalam format visual dan naratif yang sesuai dengan karakteristik audiens sasaran. Dalam konteks ini, teori komunikasi McQuail menjadi acuan penting, khususnya dalam fungsi informasi yang menekankan pentingnya kejelasan pesan agar dapat diterima dan dipahami oleh publik secara luas. Tim produksi harus mampu mengidentifikasi inti pesan dan menyusunnya dalam bentuk yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki daya tarik visual dan emosional. Selain itu, tekanan dari tenggat waktu yang ketat menuntut efisiensi tinggi dalam setiap tahap produksi konten. Untuk mengatasi keterbatasan sumber daya, tim memanfaatkan aplikasi editing yang mudah diakses dan *user-friendly* seperti CapCut, yang memungkinkan proses editing dilakukan secara cepat dan fleksibel. Evaluasi berkala juga menjadi bagian penting dari strategi teknis, di mana setiap konten yang telah dipublikasikan dianalisis untuk melihat efektivitas penyampaian pesan dan respons audiens. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan sebagai dasar perbaikan untuk produksi selanjutnya, sejalan dengan fungsi mobilisasi menurut McQuail, yaitu mendorong keterlibatan aktif dari audiens dalam merespons isu-isu yang disampaikan melalui konten tersebut. Kendala-kendala tersebut menunjukkan kompleksitas yang dihadapi oleh tim produksi dalam menjaga kualitas dan konsistensi konten program TAMAS. Kesulitan dalam mencari narasumber yang bersedia diwawancarai tidak hanya memperlambat proses produksi, tetapi juga memengaruhi keberagaman perspektif yang dapat dihadirkan dalam tayangan. Gangguan cuaca, sebagai faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan, turut menambah tantangan teknis yang harus diantisipasi dengan perencanaan yang fleksibel. Dalam menghadapi situasi ini, tim produksi menunjukkan adaptabilitas yang tinggi dengan mengalihkan fokus ke riset tren sebagai alternatif produktif, sehingga waktu yang tersedia tetap dimanfaatkan secara optimal. Tantangan dalam menjaga keseimbangan antara nuansa ceria dan profesionalitas mencerminkan pentingnya sensitivitas terhadap karakteristik audiens dan citra institusi pemerintah. Revisi konten yang tidak sesuai konteks menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap akurat, relevan, dan tidak menyesatkan. Pendekatan ini mencerminkan komitmen tim terhadap etika komunikasi publik dan tanggung jawab sosial, sekaligus memperlihatkan upaya berkelanjutan dalam menyelaraskan strategi komunikasi dengan dinamika sosial yang terus berubah. Kendala-kendala tersebut diatasi melalui kerja sama tim yang solid, diskusi intensif, evaluasi berkelanjutan, serta penyesuaian dengan tren media sosial terkini. Diskusi intensif antar anggota tim memungkinkan pertukaran ide dan solusi kreatif untuk mengatasi hambatan yang muncul. Evaluasi berkelanjutan terhadap kinerja konten dan respons audiens juga membantu tim untuk terus memperbaiki dan mengoptimalkan strategi mereka. Pendekatan fleksibel dan kreatif ini mendukung fungsi hiburan dalam teori McQuail, di mana media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membuat konten yang menarik dan dapat dinikmati audiens, sambil tetap menjaga tujuan edukatif dan informatif. Hal ini memungkinkan media untuk memenuhi kebutuhan audiens akan konten yang edukatif sekaligus menghibur, menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh dan memuaskan bagi pengguna media sosial. Keseimbangan antara aspek hiburan dan informasi ini menjadi kunci dalam mempertahankan minat audiens sambil tetap menyampaikan pesan-pesan penting.

3.2 Pembahasan

Proses produksi video Instagram Reels yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung (@diskominfobdg) menunjukkan bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana efektif dalam menyebarkan informasi pemerintah. Dalam tahap praproduksi, tim Diskominfo Kota Bandung memulai dengan menganalisis isu-isu yang sedang berkembang dan relevan bagi masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh Adelia (2024), yang menyatakan pentingnya pemilihan topik yang menarik dan bermanfaat untuk audiens. Langkah ini melibatkan identifikasi masalah yang dapat mendatangkan dampak positif serta edukasi bagi masyarakat. Pemilihan topik yang tepat ini juga sejalan dengan prinsip komunikasi massa yang mengharuskan media untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat dan dapat diterima oleh audiens secara luas, seperti yang diungkapkan oleh Qadaruddin (2013). Penyusunan naskah juga menjadi aspek penting, dengan fokus pada penyajian pesan yang mudah dipahami dan menarik bagi audiens, seperti yang dipaparkan oleh Fitriani (2017) yang

menggarisbawahi peran media sosial dalam menyebarkan informasi secara efektif kepada masyarakat. Pada tahap produksi, tim Diskominfo menggunakan metode kolaboratif dengan melibatkan berbagai pihak, baik Aparatur Sipil Negara (ASN) maupun masyarakat melalui program seperti "TAMAS" (Tanya Masyarakat). Hal ini selaras dengan pendapat Maulvi *et al.* (2023) yang menekankan pentingnya interaksi publik dalam proses komunikasi pemerintah. Dalam hal ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga turut berperan dalam pembentukan konten. Proses produksi ini menekankan penggunaan elemen visual yang menarik dan dinamis, agar pesan yang disampaikan dapat tetap mempertahankan perhatian audiens. Menurut Ramdhani (2024), elemen visual yang kuat dalam produksi video sangat penting untuk menciptakan tayangan yang efektif, menarik, dan informatif, sehingga mengundang keterlibatan audiens. Tahap pascaproduksi, yang mencakup pengeditan dan penyuntingan, menjadi kunci untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik. Seperti yang dijelaskan oleh Nugroho (2021), proses editing harus memperhatikan aspek teknis seperti pemilihan musik, efek visual, dan penyusunan caption yang relevan.

Tim menggunakan alat pengeditan seperti CapCut yang efisien dan dapat menghasilkan video berkualitas tinggi meskipun dengan keterbatasan alat. Hal ini menunjukkan kemampuan tim untuk beradaptasi dengan teknologi untuk menciptakan konten yang informatif namun tetap menarik dan mudah dipahami. Selain itu, penggunaan musik yang sedang tren juga menjadi salah satu strategi untuk memperkuat daya tarik visual dan emosional, seperti yang dibahas oleh Salsabila *et al.* (2023), yang menyebutkan bahwa penggunaan elemen interaktif dan tren media sosial dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Tim Diskominfo Kota Bandung menghadapi berbagai tantangan dalam produksi video Instagram Reels, baik dari sisi teknis, keterbatasan sumber daya manusia, hingga tekanan waktu yang ketat. Namun, mereka berhasil mengatasinya dengan menerapkan pendekatan kolaboratif dan memanfaatkan teknologi yang ada, serta terus berinovasi untuk memperbaiki kualitas konten yang diproduksi. Ini mencerminkan pemahaman yang baik tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi secara efektif dan menarik, sejalan dengan temuan dari Salsabila dan Yudhapramesti (2023) yang menunjukkan pentingnya format konten yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan audiens dalam era digital saat ini.

4. Kesimpulan

Proses produksi video Instagram Reels pada akun @Diskominfobdg menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana komunikasi pemerintahan yang efektif, terutama dalam menjangkau masyarakat secara cepat, visual, dan menarik. Penelitian ini mengungkap bahwa keberhasilan dalam menyampaikan informasi pemerintahan melalui media sosial tidak hanya bergantung pada konten yang informatif, tetapi juga pada proses produksi yang terstruktur dan strategi komunikasi yang tepat. Pada tahap pra-produksi, tim merancang konsep konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial dan target audiens, melibatkan identifikasi isu pemerintahan yang relevan, penyusunan naskah yang komunikatif, serta penjadwalan publikasi yang konsisten. Kendala utama pada tahap ini adalah keterbatasan waktu dan sumber daya manusia yang mengharuskan tim bekerja secara efisien dan multitasking. Pada tahap produksi, pengambilan gambar dilakukan dengan mempertimbangkan estetika visual serta keterbatasan durasi video Reels, di mana kreativitas dan fleksibilitas menjadi kunci, terutama dalam memilih lokasi, penggunaan perangkat sederhana, dan pengambilan gambar yang dinamis agar konten tetap menarik. Tantangan yang dihadapi meliputi kondisi cuaca, keterbatasan alat, dan ketersediaan narasumber. Pada tahap pasca-produksi, proses penyuntingan dilakukan untuk menyederhanakan pesan yang kompleks agar mudah dipahami oleh masyarakat, dengan penggunaan alat editing praktis namun tetap mampu menghasilkan kualitas visual yang baik. Efektivitas penyampaian pesan diperkuat dengan penggunaan subtitle, musik latar yang sesuai, serta caption yang relevan. Secara keseluruhan, setiap tahapan produksi mencerminkan fungsi media massa menurut teori Denis McQuail, yaitu sebagai saluran informasi, edukasi, serta hiburan

yang membangun keterhubungan antara pemerintah dan masyarakat. Kendala teknis dan operasional diatasi melalui kerja sama tim yang solid, pemanfaatan teknologi digital, serta adaptasi terhadap karakteristik platform Instagram. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa rekomendasi yang dapat diajukan meliputi analisis efektivitas konten Reels dalam membentuk opini publik atau meningkatkan partisipasi warga, kajian perbandingan strategi komunikasi digital antar instansi pemerintah, pengembangan pendekatan komunikasi dua arah melalui fitur interaktif Instagram seperti polling dan Q&A, serta melibatkan analisis kuantitatif terhadap metrik performa Reels (*engagement, reach, shares*) untuk menilai dampak nyata konten terhadap audiens.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada informan yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang sangat berharga dalam penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak Diskominfo Kota Bandung yang telah mengizinkan penulis mengakses data dan informasi untuk mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Adelia. (2024). *Panduan lengkap membuat konten reels Instagram bagi pemula*. Qlause. Diakses 23 Februari 2025, dari <https://www.qlause.com/journal/panduan-lengkap-membuat-konten-reels-instagram-bagi-pemula/>
- Anggraeni, F. (2023). Produksi konten promosi layanan aduan masyarakat dan media informasi Diskominfo Kota Bogor. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 108-113. <https://doi.org/10.35877/454RI.mattawang1323>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 19(2), 148-152. <https://doi.org/10.31294/p.v19i2.2120>
- Kemp, S. (2023, 9 Februari). Digital 2023: Indonesia. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kompas.com. (2021, 24 Juni). Mengenal apa itu Instagram Reels, fitur baru yang disebut-sebut mirip TikTok. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok>
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Nugroho, S. (2021). *Teknik kreatif produksi film (publikasi media sosial)*.
- Ramdhani, L. K. (2024). Ini proses tahapan produksi konten media. Diakses pada 26 Februari 2025, dari <https://www.rri.co.id/hobi/1082821/ini-proses-tahapan-produksi-konten-media>.

- Rizkya, A.S. 2024. Video Reels Instagram @kabupaten.bogor sebagai Media Publikasi Pemerintahan Kabupaten Bogor. Laporan Akhir. Institut Pertanian Bogor.
- Qadaruddin, M. (2013). Teori komunikasi media massa. teori komunikasi massa. Teori Komunikasi Media Massa, 1996, 1.[http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI KOMUNIKASI MEDIA MASSA .pdf](http://repository.iainpare.ac.id/1170/1/TEORI_KOMUNIKASI_MEDIA_MASSA.pdf)
- Salsabila D, Yudhapramesti P, B. G. N. (2023). Motif Khalayak dalam Mengakses Konten Berita di Instagram Reels @narasinewsroom. Jurnal Komunikasi Global, 12(1), 168–189. <https://doi.org/10.24815/jkg.v12i1.30390>
- Salsabila M. R. 2022. Catat! 4 perbedaan data sekunder & data primer dalam analisis data. Diakses pada 26 Februari 2025, dari <https://dqlab.id/catat!-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data>.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D (Edisi ke-2, Cetakan ke-29). Bandung: Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2021). Memahami sumber data penelitian primer, sekunder, dan tersier. 5.
- Wirawan, I. K. A., Darmawan, I. D. M. (2020). Produksi Video dan televisi. Lintang Pustaka Utama. <http://multimediapontianak.blogspot.com/p/audio-video.html>