

PERAN EDITOR DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN DIGITAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BPPSDMKP

Putra Pratama Girianto¹

¹ Universitas Bina Sarana Informatika; Indonesia

* Correspondence e-mail; putragiriws@gmail.com

Article history

Submitted: 2024/08/01; Revised: 2024/08/11; Accepted: 2024/08/19

Abstract

Badan Penyuluhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan merupakan Unit Eselon 1 yang menjadi unsur pendukung dan bertanggung jawab kepada Kementerian Kelautan dan Perikanan yang menjalankan tugas sebagai penyelenggaraan penyuluhan dan pengembangan sumber daya manusia kelautan dan perikanan dan tugas lainnya yang diberikan oleh Menteri. Dalam menyampaikan informasi di media sosial Instagram BPPSDMKP dibutuhkan konten yang berkualitas. Tujuan Peneliti ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran editor dalam meningkatkan kualitas konten digital di Instagram, tantangan yang dihadapi oleh editor dalam meningkatkan kualitas konten digital, serta cara mengetahui kualitas konten yang baik di Instagram. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan peran editor sangat penting dalam mengubah pesan dan informasi menjadi konten digital yang menarik dan informatif, selain itu editor bertanggung jawab atas ketepatan informasi yang disampaikan. tantangan utama yang dihadapi editor adalah mengikuti perkembangan trend konten digital yang ada di media sosial. Kualitas konten yang baik di Instagram tidak hanya aspek visual tetapi juga memperhatikan ketepatan informasi, data yang akurat, waktu unggahan yang tepat, serta variasi tematik konten. Dengan demikian pentingnya peran editor dalam memastikan konten digital yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang tinggi dan dapat menarik perhatian audiens.

Keywords

Kualitas Konten, Media Sosial, , Peran Editor



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

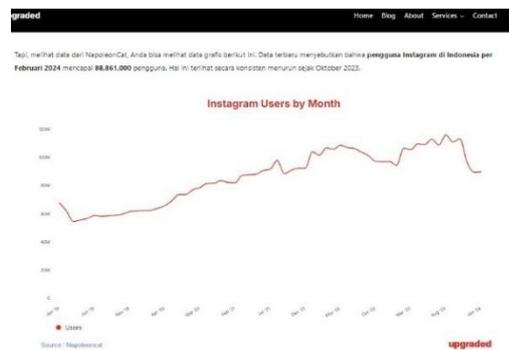
PENDAHULUAN

Dengan kemajuan serba digital yang mudah diakses, media sosial berfungsi sebagai salah satu utama bagi perusahaan instansi untuk mempublikasikan informasi. Media sosial adalah platform online yang membuat pengguna dapat berinteraksi secara selektif, maupun secara langsung atau tidak serempak dengan khalayak luas,

dan pengguna media sosial juga bisa membuat konten untuk menciptakan interaksi sesama pengguna (Eriyanto, 2021). Instagram juga menjadi salah satu platform media sosial yang berupa gambar dan video untuk berbagi atau mempublikasikan momen-momen dalam bentuk visual. Instagram juga membuat pengguna dapat berinteraksi satu sama lain pada konten gambar dan video yang menarik. Instagram juga dapat membuat branding pada akun pengguna melalui konten, karena melalui Instagram, pengguna dapat menentukan estetika penempatan foto atau video, warna yang menjadi ciri khas pada suatu akun tersebut (Tri Wahyuti, 2023).

Konten digital adalah konten yang berbagai macam format dan diubah ke bentuk digital, konten yang dibuat juga cukup mudah untuk dibagikan dengan berbagai jenis perangkat (Wicaksono, 2023). Adapun contohnya seperti, membuat konten di laptop, lalu hasil konten yang sudah dibuat diunggah di media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan bisa juga dibagikan sesama perangkat. Konten digital yang menarik dan banyak interaksi di media sosial akan mendapatkan *engagement* yang tinggi. *Engagement* dalam konteks media sosial dan konten digital, yaitu tingkat interaksi yang terjadi antara sebuah merek atau individu dengan audiens atau pengikutnya. *Engagement* diartikan pengguna mendapatkan keterlibatan dengan audiens melalui konten yang di unggah, sebagaimana mestinya keberhasilan *engagement* akan meningkatkan interaksi.

Gambar 1 Data Pengguna Instagram



Data dari website Upgraded.id pengguna Instagram dari bulan Februari 2024 menunjukkan jumlah pengguna Instagram telah mencapai 88,86 juta pengguna. Banyaknya pengguna Instagram menjadi potensi bagi sebuah perusahaan untuk terus berkembang di era digital ini, dan dapat menjadi lebih interaktif dan partisipatif, sehingga menjadi ada interaksi antara perusahaan dan masyarakat menjadi lebih personal. Hal ini menjadi peluang perusahaan instansi untuk memberikan informasi, meningkatkan kesadaran dan keterlibatan dengan masyarakat. Perusahaan-perusahaan instansi mengikuti perkembangan digital terutama di media sosial, seperti

Putra Pratama Girianto

mengunggah konten yang menarik, yang relevan, dan mengikuti tren yang sedang berlangsung, sehingga dapat mempublikasikan informasi dan ada interaksi antar pengguna di media sosial.

Salah satu perusahaan instansi yang mengikuti perkembangan teknologi digital di media sosial sekarang adalah Badan Penyuluhan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BPPSDMKP). Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BPPSDMKP) adalah merupakan unit Eselon 1 yang menjadi unsur pendukung pada Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia. BPPSDMKP mengelola media sosial seperti Tiktok, Instagram, Twitter, Snackvideo dan Youtube, yang dikelola melalui Humas, pada tim *content creator*.

Kualitas konten yang akan diposting di media sosial, terutama Instagram, memiliki peran yang sangat penting untuk membangun citra yang positif. Hal ini penting karena, dengan konten yang berkualitas akan menarik audiens yang dapat meningkatkan interaksi dengan pengguna di Instagram, sehingga membuat engagement meningkat. editor mempunyai peran penting dalam proses membuat konten. Editor konten yaitu suatu profesi yang menyunting atau mengubah pada suatu gambar, video, naskah, atau media lainnya, sebelum dipublikasikan di media. Maka dari itu editor mempunyai tanggung jawab dalam terlibat proses membuat konten seperti mengedit gambar dan video yang akan diolah, dan memastikan konsistensi format atau template konten yang akan dipublikasikan di Instagram.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi dan menggunakan paradigma konstruktivis. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan, dan fokus penelitian yaitu peran editor dalam meningkatkan kualitas konten digital di BPPSDMKP. Dalam penelitian ini, penentuan narasumber dilakukan dengan cara memilih narasumber yang dianggap berdasarkan penelitian tertentu, dan mewakili tingkat signifikansi yang relevan pada penelitian ini ada 3 (tiga) orang yang menjadi fokus penelitian. Unit analisis pada subjek penelitian ini adalah peran editor dan objeknya adalah kualitas konten Instagram. Untuk mendapatkan data yang lengkap, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi. Dengan menggunakan teknik keabsahan data dan triangulasi data untuk meningkatkan validasi hasil. Adapun pengolahan dan analisis data yaitu reduksi data,

penyajian data, dan kesimpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, peran editor dalam membuat konten yang berkualitas meliputi beberapa aspek. Editor bersama konten kreator di BPPSDMKP berdiskusi bersama dalam membuat strategi konten yang menarik dan relevan kepada penggunanya. Editor bersama tim konten kreator harus selalu mengikuti perkembangan trend-trend terkini yang ada di media sosial dan berdiskusi untuk merencanakan dalam membuat konten yang mengikuti trend terkini. Untuk membuat konten trend dengan yang berkualitas, dibutuhkan materi konten yang beredukasi, menghibur, dan terkini. Dengan salah satu strateginya adalah membuat tema konten yang bervariasi. Dalam pembuatan materi konten, para staff humas melakukan riset dan menghubungi para Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang mempunyai data berupa file gambar, video, dan keterangan kegiatan. Setelah mendapatkan data dari UPT tersebut, para konten kreator dari divisi humas membuat narasi-narasi tunggal melalui google spreadsheet untuk diolah ke bentuk visual dan menjadi konten digital.

Peran editor dalam membuat konten yang berkualitas sangat penting dimana editor harus lebih kreatif dalam mengemas konten yang dimana editor membaca narasi atau materi konten yang telah dibuat konten kreator, dan mengubah pesan dan informasinya menjadi konten digital agar pesan dan informasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak media. Adapun aspek-aspek untuk membuat konten yaitu editor menerima wording dari konten kreator yang membuat content plant, kemudian berdiskusi bersama untuk cara pengambilan angle gambar yang sesuai untuk konten. Setelah itu, lanjut ke tahap produksi, salah satu contohnya berupa pengambilan video untuk jadi bahan atau file yang diolah untuk editing konten, sedangkan untuk konten yang berupa grafis, hanya butuh pencarian gambar yang sesuai. Gambar sesuai yang dimaksud adalah gambar yang sesuai apa yang ada di konsep, yaitu dengan mencari sumber gambar yang ada di internet atau membuat gambar dengan foto sendiri untuk menjadikan bahan editing. Selain itu untuk menghindari tenggat waktu atau deadline konten, editor membuat konten yang akan diprioritaskan terlebih dahulu, tergantung urgensinya, agar tidak teradinya penumpukan konten.

Kualitas konten menurut informan dari segi visual masih dikembangkan, dengan konten visual atau template konten yang menarik dan mempunyai visual ciri khas sendiri menjadi daya tarik khalayak media sosial. Dan juga dengan adanya ciri khas tersendiri atau visual style template konten pada akun instansi salah satunya BPPSDMKP, khalayak akan mengetahui konten yang dibuat seperti apa, karena mengetahui dengan visual style konten serta menjadi branding akun BPPSDMKP. Pada saat membuat konten untuk menyampaikan informasi dan pesan yang disampaikan kepada khalayak media.

Dalam membuat konten yang berkualitas, editor mengalami tantangan dan hambatan, hambatan yang dihadapi editor bersama tim kreator BPPSDMKP yaitu kurang mendapatkan data atau file media yang terbatas. Seperti data gambar atau video, karena editor atau tim konten kreator tidak selalu mengambil gambar ke seluruh Indonesia. Cara mengatasi

Putra Pratama Girianto

hambatan editor pada hal ini, editor mencari sumber gambar di internet yang menyesuaikan konsep konten yang telah dibuat. Cara editor mengatasi kendala atau hambatan dalam kualitas gambar yang kurang bagus adalah dengan mencari sumber lainnya di internet. Untuk mencari sumber di internet melalui platform yang menyediakan stock gambar dan berlangganan. Salah satu platform langganan yang menjadikan platform menyediakan stok gambar di internet adalah freepik. Yang menjadi hambatan dalam mengelola konten adalah meminta file data ke UPT di berbagai daerah, karena konten kreator juga terikat dengan deadline waktu mengunggah atau waktu tayang konten. Hal ini juga menjadi tantangan tersendiri untuk mengumpulkan data yang dialami editor bersama konten kreator.

Editor juga harus mengikuti trend dan informasi yang terbaru di media sosial. Banyaknya konten-konten yang bervariasi, dan hal-hal yang terbaru di media sosial. Editor disini harus mengikuti perkembangan media sosial, terutama dalam perkembangan konten. Hal ini juga membuat editor meriset refrensi-refrensi konten yang menarik. Tantangan lainnya yang dihadapi konten kreator termasuk editor adalah menyajikan konten-konten yang di produksi. Tim konten kreator termasuk editor BPPSDMKP berusaha mengikuti trend dan perkembangan yang ada di media sosial. Terutama pada audiens di Indonesia banyak yang mengikuti trend terbaru pada konten media sosial. Untuk mengikuti trend dan algoritma konten, yang paling utama adalah meningkatkan konsistensi. Konsistensi adalah hal yang paling utama dalam memproduksi konten. Konsistensi ini termasuk tematik konten, jam tayang atau unggahan konten. Dalam hal ini editor juga harus konsisten dalam memproduksi konten, dari secara teknis editing maupun konsep editing.

Editor harus memastikan kualitas konten seperti apa untuk menyampaikan pesan dan informasi bentuk konten digital atau visual yang akan diunggah di media sosial. Editor dalam membuat konten digital yang berkualitas di media sosial, mempunyai ciri khas sendiri dalam konten yang sudah dibuat yang masih terus dikembangkan agar pesan dan informasi dapat diterima oleh khalayak media sosial. Media sosial kini makin berkembang dan juga algoritma media sosial juga berubah tergantung pada pengguna media sosial sedang mencari konten yang relevan. Selain konten informasi, untuk memproduksi konten, materi tidak hanya informasi saja, tetapi juga bisa menghibur. Editor mengukur keberhasilan konten dari meningkatnya engagement atau insight pada konten. Editor melihat meningkatnya insight dari views, like, comment, maupun share. Semakin banyaknya interaksi pada konten, semakin meningkat juga engagement dan kualitas konten yang telah diunggah.

Editor bersama tim konten kreator dapat melihat meningkatnya kualitas konten dan engagement konten pada tahun lalu melalui aplikasi pihak ketiga yaitu Hotsut. Pada tahun ini, untuk mengambil maupun melihat data insight engagement konten dengan cara manual. Caranya melihat langsung dari platform media sosial, salah satunya Instagram dengan fitur yang ada di profil akun Instagram. Namun dengan cara manual, hasil data yang sudah diperoleh tidak selengkap pihak ketiga, atau aplikasi Hotsut. Dari berbagai macam tematik konten yang ada di Instagram BPPSDMKP mempunyai audiensnya tertentu.

Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration

Salah satunya pada konten yang terkait taruna taruni, audiens ini juga menyangkut pada taruna taruni karena dapat melihat informasi yang terkait di Instagram BPPSDMKP. Konten yang mendapatkan daya tarik audiens sendiri, karena pada tahun 2024 ini sedang berlangsung untuk “PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN”, dan salah satunya adalah konten PENTARU dengan talent-talentnya dari para taruna taruni Satuan Pendidikan KP. Konten tentang penyuluhan, juga mempunyai audiensnya sendiri, karena relevan dengan para talent yang ada di konten, sehingga membuat insiight konten naik. Hal ini juga menjadi salah satu kualitas konten yang dapat meningkatkan engagement di Instagram.

Kualitas konten yang baik adalah informasinya yang dapat diterima dengan baik oleh audiens terutama di media sosial Instagram. Konten yang berkualitas memiliki beberapa kriteria yang penting, yaitu informasi dapat diterima baik dan jelas oleh audiensnya, mudah dipahami, dan informasi yang langsung pada intinya. Editor menjadi peran penting dalam memastikan bahwa konten yang dibuat harus memenuhi standar kualitas tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran editor dalam meningkatkan kualitas konten Instagram BPPSDMKP, dapat disimpulkan bahwa peran editor memiliki peran yang sangat penting dalam kreativitas konten di Instagram. Peran editor di divisi humas BPPSDMKP melakukan tugas mengolah informasi dan pesan yang akan dijadikan konten digital berbentuk visual kepada khalayak umum melalui berbagai platform media sosial, terutama Instagram. Editor konten di BPPSDMKP memiliki peran yang penting di tim konten kreator ini, karena peran editorlah yang mengemas pesan dan informasi menjadi konten digital berbentuk visual yang akan diunggah di media sosial, khususnya Instagram. Dalam kaitannya dengan teori gatekeeper, editor juga harus teliti dalam editing, terutama memilah data atau file yang bagus, sehingga kualitas konten menjadi lebih baik. Adapun hambatan dan tantangan tersendiri bagi tim konten kreator humas dan khususnya editor. Hambatannya adalah data untuk editing masih minim, seperti stock gambar dan video yang terbatas. Tantangannya adalah mengikuti perkembangan konten media sosial yang sedang ramai atau trend. Editor harus lebih kreatif lagi dalam mengemas konten yang berkualitas untuk diunggah di media sosial. Dalam hal konten berkualitas, editor juga berpikir kreatif dalam memperhatikan estetika pada visual konten digitalnya, agar konten dapat terlihat menarik bagi pengikut di Instagram. Selain itu untuk menghindari deadline konten, editor juga membuat konten simpanan atau stock konten, agar konten dapat diunggah dan dipublikasikan tepat waktu. Pada intinya konten berkualitas tidak hanya mengandalkan visual saja, tetapi juga

ketepatan data, informasi, serta waktu yang tepat untuk mengunggah konten digital di media sosial khususnya Instagram.

REFERENSI

- Astuti, S. D., Perdana, T. A., Samasta, A. S., & Sijabat, R. (2023). *Work Deviance: Fenomena Perilaku Cyberloafing*. Penerbit NEM.
<https://books.google.co.id/books?id=tQTrEAAAQBAJ>
- Drs. Nor Ipansyah, M. A., Dr. Hj. Mariani, S. H. M. A., H. Bahran, S. H. M. H., Farihatni Mulyati, S. A. M. H. I., Hj. Diana Rahmi, S. A. M. H., Sulaiman Kurdi, S. A. M. S., & Fajar Rudi Perdana, S. H. (2020). *Media Sosial Ditinjau dari Beberapa Aspek Keilmuan*. Zahir Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=GDAGEQAAQBAJ>
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*. prenada media 1.
<https://books.google.co.id/books?id=voM8EAAAQBAJ>
- Hutomo, A. P., Siregar, A. K., Afiarta Akbar, A., Setyawan, A., Zakiyah, A. R., Satria, A., Fikriyah, B. U., Putri, D. A., & Widiyanto, E. (2024). *Ragam Praktik Public Relations Dan Riset Virtual*. Nas Media Pustaka.
<https://books.google.co.id/books?id=OJ3uEAAAQBAJ>
- Kartika, A. W. (2019). *STUDI KORELASI ANTARA KUALITAS KONTEN, DAYA TARIK KONTEN DAN TERPAAN TAYANGAN VIDEO BLOG PADA AKUN BEAUTY BLOGGER ABEL CANTIKA DI YOUTUBE DENGAN PERILAKU IMITASI SISWI DI SMK NEGERI 4 SURAKARTA*.
- Nasrullah. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital*.
- Sinaga, D. K. (2019). *PELATIHAN MEMINIMALISIR EFEK HOAKS MEDIA SOSIAL DI DESA NAMO SIALANG KEC. BATANG SERANGAN KAB. LANGKAT – SUMUT*. 1, 1–16.
- Sitorus, C. N., Yurens, T., & Isbimayanto. (2022). *GATEKEEPING DALAM PRODUKSI BERITA PADA HALAMAN UTAMA DI MEDIA CETAK HARIAN DISWAY*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(03), 20–27.
- Sya, C. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. 14(1), 32–41.
- Tri Wahyuti, M. S. (2023). *PRODUKSI KONTEN DIGITAL*.
- Wicaksono, P. (2023). *Mengenal Arti Konten dan Jenis-jenisnya*.
<https://www.qubisa.com/article/arti-konten-dan-jenis-konten>
- Widarti. (2021). *Peran videographer dan editor dalam mengembangkan inex works*. I(1), 23–28.