

Use of Storyline for the Public Service Obligation in the Marine and Fisheries Business Capital Management Institution (LPMUKP)

Penggunaan *Storyline* untuk *Public Service Obligation* di Lembaga Pengelolaan Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP)

Eva Setiyawati¹, Sisca T. Gurning²

evasetiya@gmail.com
sisca.gurning@atvi.ac.id.

¹ Akademi Televisi Indonesia (Mahasiswa)

² Akademi Televisi Indonesia (Program Studi Komunikasi Massa)

Abstract

Information technology has been effectively employed by government agencies such as the Marine and Fisheries Business Capital Management Agency (LPMUKP) to facilitate the delivery of public services. These agencies employ social media platforms, including YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, and MAXstream, to disseminate information about their services and programs. The creation of Public Service Obligation (PSO) video content by public relations through a production process that employs a storyline in the pre-production phase necessitates a methodology that differs from traditional journalistic practices. This is to ensure that the content meets the needs of public services. A qualitative methodological approach was identified as a useful tool for understanding the phenomenon of using storylines in packaging information. This understanding can inform the planning and delivery of more mature coverage in accordance with the policies of government agencies that exercise careful control over the content of information they make available to the public.

Keywords: *Public service obligation, storyline, government agency.*

Abstrak

Lembaga pemerintah seperti Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP) telah memanfaatkan teknologi informasi untuk memberikan layanan publik secara efektif. Pemanfaatan media sosial seperti sosial seperti *YouTube, Instagram, Facebook, Twitter*, dan *MAXstream* untuk menyebarkan informasi mengenai layanan dan program mereka. Pembuatan konten video *Public Service Obligation (PSO)* oleh pihak humas melalui proses produksi dengan menggunakan *storyline* pada pra produksi, yang harus melakukan riset mendalam serta pendekatan berbeda dari praktik jurnalistik tradisional untuk memastikan konten tersebut sesuai dengan kebutuhan layanan publik. Dengan pendekatan metodologi kualitatif, ditemukan fenomena penggunaan *storyline* dalam mengemas informasi sangat membantu dalam perencanaan liputan lebih matang sesuai dengan kebijakan lembaga pemerintah yang membuat informasi dengan kehati-hatian.

Kata Kunci: *Public service obligation, storyline, lembaga pemerintah*

1. Pendahuluan

Teknologi penyampaian pesan, awalnya hanya melalui media cetak, radio, dan televisi. Perkembangan teknologi media begitu pesat, yang telah memunculkan sebuah

media baru. Adanya *international network* atau internet di era saat ini mampu memberikan perubahan yang signifikan. Masyarakat bisa memiliki akses terhadap sumber informasi di manapun mereka berada. Siapapun bisa berselancar di berbagai platform digital hanya bermodalkan *smartphone* saja.

Berita yang dulunya dibaca melalui lembaran surat kabar, kini dengan mudah tersebar melalui *web portal*. Kemudahan ini juga didukung oleh keberadaan media sosial yang dijadikan wadah untuk berkomunikasi antar penggunanya. Maka tak heran, jika industri media sekarang ini bertransformasi mengikuti perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang penyajiannya lebih mudah, murah, dan cepat. Kebutuhan informasi yang lengkap dan disajikan secepat kilat, menuntut industri media untuk berlomba-lomba menjadi penyedia berita nomor satu.

Tuntutan penguasaan dan penggunaan teknologi informasi ini juga dialami oleh lembaga-lembaga pemerintah atau lembaga negara. Internet menjadi salah satu sarana bagi instansi pemerintah untuk memberikan layanan yang cepat dan mudah. Hal ini untuk mendorong kegiatan publikasi ke masyarakat agar bisa dilakukan dengan maksimal.

Lembaga pemerintahan seperti Badan Layanan Umum Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (BLU LPMUKP) pada Divisi Perencanaan dan Umum untuk menyiapkan beberapa kebutuhan publikasi berupa artikel dan video. Konten yang dikemas oleh Hubungan Masyarakat merupakan salah satu bentuk untuk memenuhi kewajiban layanan publik atau *Public Service Obligation* (PSO).

Menurut Nugrahini (2012), pelaksanaan PSO salah satu bentuknya adalah menyediakan sarana dan fasilitas umum dalam mendukung kegiatan sosial ekonomi masyarakat. Sarana tersebut adalah sarana yang memenuhi beberapa kriteria yaitu dapat menjangkau seluruh daerah pelayanan, mempunyai kualitas minimum yang sama antar daerah pelayanan dan dapat dipergunakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Pembuatan konten layanan publik seharusnya berdasarkan fakta yang ada di lapangan, atau dengan pendekatan jurnalistik. Sesuai dengan Pasal 1 No. 1 UU Pers Tahun 1999, kegiatan Jurnalistik meliputi 6M yaitu mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Apabila "diperas" lagi maka kegiatan jurnalistik dapat dijadikan tiga tahapan, yakni proses mencari berita (*news getting*), proses mengolah berita (*news processing*) dan menyiarkan berita (*news presenting*). Untuk itu dalam pembuatan konten yang akan disampaikan ke publik, sebaiknya memiliki kemampuannya sesuai dengan kegiatan Jurnalistik, karena proses produksinya tidak berbeda dengan kegiatan jurnalistik.

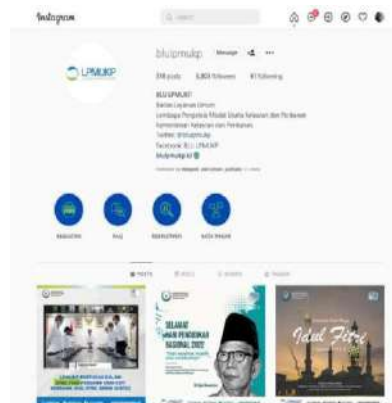
Pembuatan konten soal kebijakan dan upaya lembaga untuk mengimplementasikan tata kelola, baik dalam pelayanan kepada masyarakat, mengelola dana modal usaha kelautan dan perikanan secara akuntabel dan transparan. Guna meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Kelautan dan Perikanan dalam mengeolah modal usaha.

Platform media sosial yang digunakan LPMUKP sebagai sarana publikasi meliputi *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan *Tiktok*. Konten yang ditayangkan pada *YouTube*, berupa video kegiatan para pelaku usaha kelautan dan perikanan yang mengakses dana dari LPMUKP. Konten audio visual tersebut berdurasi 5-8 menit. Target video *YouTube* yang diunggah berjumlah dua video per bulan.



Gambar 1: Kanal *YouTube* LPMUKP
Sumber : *YouTube* BLU LPMUKP

Pemanfaatan *Instagram* sebagai media penyalur informasi juga dimaksimalkan oleh LPMUKP. Konten yang diunggah melalui akun *Instagram* @blulpmukp meliputi berbagai informasi yang berkaitan dengan dokumentasi kegiatan, peringatan hari besar, *teaser* video *YouTube* dan cuplikan artikel. Dalam satu bulan, target jumlah kiriman yang diunggah ke *Instagram* mencapai 15 konten. Tak hanya itu, LPMUKP juga menyasar masyarakat lebih luas kepada pengguna media sosial *Twitter* dan *Facebook*.



Gambar 2: Konten *Instagram* LPMUKP
Sumber : *Instagram @blulpmukp*

Selain media sosial, publikasi LPMUKP juga dimaksimalkan melalui platform *MAXstream*. Konten yang ditayangkan berupa video dengan format semi dokumenter yang menceritakan kegiatan pelaku usaha kelautan dan perikanan debitur dari LPMUKP. Berbeda dengan *YouTube*, konten pada *MAXstream* berdurasi lebih panjang yaitu 30 menit.



Gambar 3: Konten video *MAXstream* LPMUKP
Sumber : *MAXstream.tv*

Tak ingin hanya berfokus pada konten audio visual, LPMUKP juga menyampaikan informasi melalui tulisan *online* yang berupa artikel atau berita. Informasi tersebut berisi mengenai kegiatan internal serta usaha yang dilakukan oleh debitur. Dalam satu bulan, LPMUKP mempunyai target publikasi sebanyak 9 artikel yang diunggah melalui *website* resmi blulpmukp.id dan bermitra dengan JawaPos.com.

Segala bentuk publikasi yang dilakukan LPMUKP saat ini, menyasar semua lapisan masyarakat. Hal ini dilakukan karena masih banyak yang belum mengetahui tentang LPMUKP, sehingga promosi dilakukan melalui berbagai media resmi maupun media *partner*.

Guna mengimplementasikan penyampaian informasi PSO tersebut, konten harus melalui proses produksi, dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahapan Pra Produksi, dituntut untuk melakukan riset yang dalam melalui wawancara. Pada tahap produksi, proses pengambilan gambar dan wawancara nara sumber untuk kebutuhan konten. Memasuki pasca produksi, tahap tersebut adalah menyusun naskah yang akan dinarasikan.

Dalam proses produksi PSO ini, ada perbedaan pendekatan dengan konsep jurnalistik, yaitu penggunaan *storyline* dalam liputan. Karena penggunaan *storyline* tak biasa dilakukan dalam kegiatan jurnalistik. Dikarenakan penyusunan konten berita dengan pendekatan konsep jurnalistik, semua berdasarkan fakta. Karena penggunaan *storyline*, seperti adegan atau

kebutuhan liputan sudah diatur sebelumnya, yang harus sesuai *storyline* yang disusun pada proses pra produksi.

2. Kajian Teori

Media menurut *Association for Educational Communications and Technology* (AECT, 1997) sebagaimana dikutip Sadiman (2005) adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Seiring berkembangnya jaman, kini dunia informasi tak bisa lepas dari teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi keberadaan industri media untuk bertransformasi.

Mengingat kebutuhan informasi merupakan salah satu bentuk hak publik yang wajib dipenuhi oleh penyedia fasilitas yaitu lembaga negara. Hal ini sesuai dengan Pasal 28 F Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa : “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, dan menyimpan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP) merupakan sebuah lembaga yang didirikan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) pada 29 September 2009. LPMUKP telah ditetapkan sebagai instansi pemerintah yang menerapkan pola pengelolaan keuangan Badan Layanan Umum (BLU). Penetapan LPMUKP sebagai satuan kerja BLU ini ditandai dengan lahirnya Keputusan Menteri Keuangan (KMK) Nomor 710/KMK.05/2016. Sejalan dengan hal tersebut, pada APBN 2017, LPMUKP mendapatkan alokasi investasi pemerintah dalam bentuk Dana Kelolaan BLU.

Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP) adalah unit organisasi non struktural yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Kelautan dan Perikanan melalui Sekretaris Jenderal. LPMUKP dipimpin oleh seorang Direktur dan terdiri dari Divisi Perencanaan dan Umum, Divisi Operasional dan Kemitraan Usaha, Divisi Keuangan dan Pengelolaan Risiko, Divisi Pengelolaan Aset dan Pengembangan Usaha, serta Satuan Pemeriksaan Intern.

LPMUKP mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan dana bergulir yang berpendampingan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah sektor kelautan dan perikanan, serta pengelolaan aset dan pengembangan usaha kelautan dan perikanan. Jenis usaha yang dapat mengakses pinjaman atau pembiayaan dana bergulir LPMUKP meliputi usaha penangkapan ikan, usaha pembudidayaan ikan, usaha pengolahan dan pemasaran hasil perikanan, usaha garam rakyat, dan usaha masyarakat pesisir. Tak hanya usaha perorangan, dana

LPMUKP juga dapat diakses oleh pelaku usaha yang berbentuk kelompok/gabungan kelompok, koperasi dan lembaga usaha.

Instansi pemerintah berperan besar dalam mewujudkan pelayanan publik. Berdasarkan Lampiran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, asas pelayanan publik meliputi transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, dan kesamaan hak. Pelayanan masyarakat yang maksimal bisa terwujud dengan beberapa faktor pendukung. Salah satunya, kemajuan teknologi informasi yang kini menjadi solusi dalam memenuhi aspek pelayanan masyarakat. Keterpaduan sistem penyelenggaraan pemerintah melalui jaringan informasi *online* perlu terus dikembangkan, sehingga memungkinkan tersedianya data dan informasi pada instansi pemerintah yang dapat dianalisis dan dimanfaatkan secara cepat, akurat, dan aman.

LPMUKP memanfaatkan media baru, khususnya media sosial untuk melakukan publikasi kepada masyarakat. Media sosial terbukti menjadi sarana penyebaran informasi yang cukup efektif bagi banyak kalangan. Fitriani (2017) menjelaskan banyak pengguna internet yang mendapatkan informasi dari media sosial, karena media sosial memudahkan transfer informasi masa kini secara cepat. Media sosial juga merupakan media yang tepat untuk digunakan sebagai sarana dalam penyebaran informasi oleh lembaga pemerintah. Di era digital saat ini, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi antar pribadi namun lebih dari itu, media sosial sangat mudah digunakan sebagai sarana penyebaran informasi di semua bidang.

Menurut Handayani (2021) bahwa berdasarkan fungsinya Humas adalah suatu fungsi manajemen yang bertujuan menjembatani antara institusi dengan *stakeholder* baik luar maupun dalam. Humas dalam instansi pemerintah adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menjembatani antara kepentingan pemerintah dengan kepentingan masyarakat. Bagian Humas dalam institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan kebijakan dan menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat serta mampu menyediakan sarana untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi.

Humas LPMUKP menyelenggarakan kegiatan kehumasan berdasarkan prinsip *Government Public Relations*. *Government Public Relations* (GPR) merupakan program prioritas untuk memastikan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan pemerintah dan berpartisipasi dalam pembangunan serta menjalankan prinsip keterbukaan informasi sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Implementasi GPR dilaksanakan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Basis kerja *Government Public Relations* sendiri terdiri dari pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk

memperoleh pemahaman dan dukungan publik terhadap Program dan Kebijakan Pemerintah.

Selain itu Humas LPMUKP memiliki peran dan fungsi dalam mengedukasi, menginformasikan, menginspirasi dan membangun kepercayaan publik khususnya publik di sektor kelautan dan perikanan yang memiliki ketertarikan untuk mengembangkan usaha serta membutuhkan dukungan modal usaha. Selain itu, LPMUKP sebagai lembaga yang memberikan akses permodalan menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat kelautan dan perikanan, sehingga dalam menyampaikan informasi akurat dan dapat dipercaya. Selanjutnya untuk mencapai tujuan tersebut, LPMUKP melalui unit humas melakukan strategi penyampaian informasi melalui berbagai platform media, baik dalam bentuk berita maupun dalam bentuk konten audio visual lainnya seperti video.

Dalam menyediakan dan menyebarkan konten informasi publik ke seluruh Indonesia, Humas LPMUKP yang berada di bawah tanggung jawab dan koordinasi Sub.Divisi Umum, Divisi Perencanaan dan Umum memproduksi puluhan konten dalam setiap bulannya. Adapun konten dibuat oleh tim pada unit humas selanjutnya sebelum dipublikasikan konten direview terlebih dahulu oleh Kepala Sub. Divisi Umum, Kepala Divisi Perencanaan dan Umum lalu selanjutnya mendapatkan persetujuan tayang dari Direktur LPMUKP

Beberapa budaya kerja yang telah diterapkan oleh LPMUKP harus dijiwai oleh setiap jajaran, tak terkecuali oleh bidang kehumasan. Prastowo (2017) menjelaskan prinsip yang dipegang teguh oleh pejabat Humas pemerintahan adalah mereka berupaya untuk tidak melakukan kebohongan kepada publik, dengan cara mengemas informasi dengan jujur, terbuka, transparan, valid dan akuntabel. Namun di sisi lainnya, Humas pemerintahan juga tidak bisa lepas dari tugas dan fungsi pokoknya yaitu pembentukan citra lembaga tempat mereka bekerja.

Citra merupakan suatu hal yang sangat penting bagi organisasi karena sangat berpengaruh kepada pandangan publik terhadap suatu instansi. Menurut Herlina (2015), salah satu peranan dari *public relation* adalah memperoleh opini publik yang *favourable*. Apabila opini publik terhadap suatu perusahaan terkesan menyudutkan maka tugas *public relation* adalah mempengaruhi opini publik tersebut agar dapat menjadi opini publik yang menguntungkan.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bungin (2014), penelitian kualitatif amat beragam dan yang menjadi pertanyaan adalah fenomena. Sehingga terkadang penelitian kualitatif sudah terlaksana apabila penelitian tersebut sudah menangkap fenomena yang akan diteliti. Dalam hal ini penelitian ini sebenarnya sudah

terlihat adanya fenomena dalam penggunaan *storyline* dalam pembuatan informasi kebijakan publik oleh bagian Humas LPMUKP. Dan fenomena tersebut tampak oleh penulis Ketika melakukan pembuatan konten PSO tersebut.

Data yang digunakan sebagai sumber analisis dalam studi adalah kasus-kasus pembuatan konten *Public Service Obligation* (PSO) informasi yang dikemas oleh Divisi Perencanaan dan Umum Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan. Proses pengumpulan data ketika penulis mengalami sendiri bagaimana sebuah konten dibuat yang harus dikemas berdasarkan aturan yang dibuat oleh bagian humas. Tujuan dari penelitian ini adalah sejauh mana penggunaan *storyline* di pra produksi mempengaruhi publikasi informasi ke publik.

4. Hasil dan Pembahasan

Dalam membantu menyusun konten publikasi kebijakan atau informasi lembaga, harus dengan penuh kehati-hatian. Salah satunya pada pembuatan konten video *MAXstream* maupun *YouTube*. Video tersebut meliputi kegiatan pelaku usaha sektor kelautan dan perikanan yang merupakan debitur dari LPMUKP. Sehingga, terdapat batasan-batasan tertentu mengenai berbagai hal yang tidak boleh disampaikan ke publik. Begitupun sebaliknya, terdapat berbagai hal yang harus dijadikan *highlight* demi menjaga citra instansi. Tahapan yang cukup panjang dilalui dalam melakukan produksi konten video oleh Humas LPMUKP. Proses tersebut telah penulis rangkum menjadi 3 tahapan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

Tahapan Pra Produksi merupakan tahapan paling penting sebelum memulai produksi sebuah karya atau konten video. Pra Produksi disebut juga proses perencanaan atau persiapan sebelum kegiatan berlangsung. Tujuan pra produksi adalah mempersiapkan segala sesuatunya agar proses produksi dapat berjalan sesuai konsep dan menghasilkan suatu karya video sesuai dengan harapan.

Sebelum melakukan liputan, biasanya Humas menentukan materi liputan yang diambil dari salah satu debitur LPMUKP yang merupakan pengusaha sektor kelautan dan perikanan. Setelah itu, penulis ditugaskan untuk melakukan riset kegiatan usaha debitur melalui wawancara secara virtual. Wawancara ini bisa dilakukan langsung bersama debitur ataupun melalui Tenaga Pendamping yang berada di Lokasi Layanan Pendampingan debitur terkait. Biasanya, penulis mengajukan pertanyaan dasar 5W+1H yaitu *What, When, Who, Where, Why* dan *How* yang disesuaikan dengan jenis usaha debitur. Hasil wawancara direkap, kemudian didiskusikan.

Masih dalam tahap Pra Produksi, langkah selanjutnya yang harus disiapkan adalah

storyline. Langkah ini bertujuan untuk menentukan alur liputan yang terkonsep dengan matang. *Storyline* umumnya digunakan pada tahapan produksi program televisi atau dalam pembuatan film dokumenter. Tahap ini berfungsi untuk memberikan gambaran yang lebih deskriptif dari tema yang akan divideokan. Menurut Thalassa, Tumimomor dan Setyawan (2014), di dalam proses Pra Produksi terdapat ide cerita, konsep, *storyline*, *treatment*, dan *storyboard* yang harus dirancang terlebih dahulu, untuk menghindari kesalahan–kesalahan dalam tahap pengambilan gambar.

Storyline yang digunakan oleh LPMUKP berisi mengenai alur cerita liputan secara detail. Pada kolom pertama, berisi penjelasan atau *scene*. Kolom kedua berisi mengenai daftar *stockshot* yang menjadi acuan *camera person* pada saat mengambil gambar di lapangan. Ada pula kolom yang tak kalah penting, yaitu berisi mengenai narasi yang sesuai dengan topik dan gambar yang telah disusun.

Storyline yang sudah disiapkan, selanjutnya diperiksa oleh pihak LPMUKP. Pembuatan *storyline* bukanlah tahap hal yang mudah. Tak jarang proses ini memakan waktu yang cukup lama karena di sinilah imajinasi sangat dibutuhkan. Terlebih, jika informasi atau data kebutuhan video belum lengkap. Penulis harus mengorek informasi dengan melakukan wawancara yang kedua bahkan ketiga kalinya kepada narasumber terkait. Tahap ini merupakan tantangan besar bagi penulis, yang tak pernah menggunakan *storyline* untuk liputan sebelumnya. *Storyline* harus mendapat persetujuan terlebih dahulu dengan alur cerita. Setelah disetujui, harus menyusun daftar nama nara sumber untuk diwawancarai beserta daftar pertanyaan yang akan diajukan saat liputan kelapangan.

Dibutuhkan strategi khusus dalam meningkatkan audiens sosial media. Berdasarkan *e-book* seri literasi digital Kominfo, Meiningsih (2018), strategi besar media sosial lembaga pemerintah berkaitan dengan menentukan cara pendekatan serta hubungan yang ingin dijalin antara lembaga dan masyarakat. Penting bagi lembaga untuk menentukan pesan utama yang ingin disampaikan media sosial instansi pemerintah tersebut. Tujuannya adalah agar pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima secara menyeluruh baik secara logika maupun emosional oleh masyarakat atau dalam hal program media. Strategi ini juga bisa dijadikan solusi untuk meningkatkan audiens publikasi yang dilakukan oleh LPMUKP.

Dalam hal ini, Humas lembaga pemerintahan atau negara memiliki peran penting sebagai penghubung antara lembaga dan publik khususnya dalam penyebaran informasi. Publikasi yang maksimal juga diperlukan untuk membangun citra sebuah lembaga. Humas dituntut untuk menyiapkan konten dengan sebaik-baiknya untuk mencapai sebuah kepentingan. Tak heran, jika posisi *storyline* sangat diperlukan agar hasil video sesuai apa yang mereka

inginkan. Hal tersebut merupakan pengalaman baru dan membuat penulis paham bahwa kini penyebaran informasi bisa dilakukan dengan berbagai versi. Selain itu, yang tak kalah penting adalah penulis berlatih untuk beradaptasi di dunia kerja khususnya pada instansi pemerintah.

Setelah lengkap, persiapan untuk masuk ke proses produksi dengan menyusun rencana perjalanan atau *rundown*. Juga mempersiapkan alat yang akan digunakan dalam proses produksi video, seperti: *camera, memory card, lighting, clip on, tripod, drone, dan stabilizer*. Kegiatan liputan di LPMUKP merupakan bagian dari perjalanan dinas, sehingga terdapat beberapa persiapan yang wajib dilakukan oleh setiap pegawainya. Dokumen yang menjadi syarat perjalanan dinas yaitu Surat Perjalanan Tugas (SPT) dan Surat Perintah Perjalanan Dinas (SPPD), yang disusun oleh Humas dan disahkan oleh Direktur LPMUKP. SPT hanya diperuntukkan bagi pegawai saja.

Pada tahapan Produksi konten video PSO LPMUKP, penulis juga berperan sebagai reporter yang bertugas untuk wawancara dan melakukan *on cam* di lokasi. Tahapan pasca produksi merupakan tahapan yang tak kalah penting, karena pada tahap inilah semua hasil produksi diolah. Hal yang dilakukan pertama kali pada saat selesai liputan oleh penulis bersama Humas LPMUKP adalah pengumpulan data hasil liputan. Semua file ditempatkan pada media penyimpanan. Selanjutnya, penulis berdiskusi untuk memastikan naskah yang sudah disusun pada saat Pra Produksi sesuai atau tidak dengan hasil liputan. Apabila tidak sesuai, maka penulis melakukan perubahan atau penambahan agar relevan dengan apa yang sudah diliput.

Setelah naskah atau narasi disetujui, selanjutnya merekaman audio atau *voice over*. Pengambilan suara dilakukan menggunakan *handy recorder* milik LPMUKP. Audio hasil rekaman *voice over* selanjutnya diserahkan kepada editor. Editor menjalankan perannya untuk menyunting gambar hingga layak tayang. Untuk memperluas publikasi, Humas LPMUKP juga menugaskan penulis untuk membuat artikel dari bahan yang telah diliput.

Humas dalam sebuah lembaga dapat menjadi sarana untuk mengoptimalkan pelayanan publik (*Public Service Obligation*) khususnya dalam penyebaran informasi. Menurut Prastowo (2020), Humas pemerintah menjalankan salah satu fungsi pokoknya yakni dengan menyebarkan informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah melalui menjaga aliran informasi yang efektif. Dengan upaya tersebut, lembaga pemerintah dapat mengkomunikasikan informasi mengenai kebijakan dengan baik sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan pada akhirnya masyarakat akan mendukung berbagai kebijakan dan program yang dibuat oleh pemerintah.

Humas LPMUKP dalam menjalankan peran dan fungsinya sangat bergantung kepada kemajuan teknologi dan informasi di era media baru. Sebagai sarana pemberi informasi publik,

menjaga citra lembaga, dan terus beradaptasi dengan perkembangan media adalah merupakan tiga tantangan besar bagi Humas pemerintahan saat ini. Mereka dituntut untuk bisa mengedukasikan ke khalayak tentang kelebihan dan keunggulan sebuah instansi yang berada di dalam naungannya. Tak heran, jika kini Humas pemerintahan berlomba-lomba untuk menguasai media massa untuk memaksimalkan *branding*.

Jurnalisme merupakan kegiatan yang berhubungan kegiatan untuk mencari dan mengolah informasi untuk disiarkan ke khalayak. Dalam perkembangannya, jurnalisme menjadi sebuah profesi yang dilakukan oleh seorang yang bekerja pada media massa. Di dalam profesi dibutuhkan keahlian dan kerja sesuai dengan keahliannya sehingga orang itu mendapat imbalan (Nurudin, 2009).

Menyiapkan *storyline* produksi video LPMUKP menjadi satu tantangan, karena terkadang terasa bertentangan dengan teori jurnalistik. Pola liputan yang sesuai dengan membuat rencana liputan atau *wishlist* yang berisi topik liputan, judul, latar belakang, daftar narasumber dan daftar pertanyaan, rencana pengambilan gambar, serta persiapan alat. Karena pada kegiatan jurnalistik, seorang wartawan mempunyai tanggung jawab untuk melaporkan kejadian sebenarnya di lapangan.

Untuk mencegah distorsi informasi, seorang jurnalis harus mematuhi kode etik jurnalistik yang berlaku. Salah satu kode etik yang penulis pelajari adalah mengenai elemen jurnalisme yang dirumuskan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiel. Elemen pertama menegaskan bahwa jurnalisme harus tunduk pada kebenaran. Segala sesuatu yang dilaporkan harus sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan, tanpa perlu ditambah-tambahkan. Namun, penggunaan *storyline* di LPMUKP memungkinkan penulis untuk memberikan tambahan adegan *settingan* untuk dilakukan oleh narasumber di lapangan. Tujuannya, sebagai pemanis cerita dalam video yang akan diproduksi. Misalnya, *gimmick* pada saat debutur melakukan koordinasi dengan pelaku usaha lainnya atau bersama Tenaga Pendamping. Artinya, apa yang ditayangkan pada video tersebut bukanlah kejadian sebenarnya atau dengan kata lain tidak natural.

Di sisi lain, penggunaan *storyline* sangat membantu kelancaran proses produksi video. Tak heran jika *storyline* sering digunakan dalam proses produksi program televisi khususnya pada program hiburan. Menurut Kovach dan Rosentiel (2001) yang membedakan antara jurnalisme dengan hiburan (*entertainment*), propaganda, fiksi, atau seni, adalah disiplin verifikasi. Hiburan dan saudara sepupunya “infotainment” berfokus pada apa yang paling bisa memancing perhatian. Propaganda akan menyeleksi fakta atau merekayasa fakta, demi tujuan sebenarnya, yaitu persuasi dan manipulasi. Sedangkan jurnalisme berfokus utama pada apa

yang terjadi, seperti apa adanya.

Konten video yang diproduksi LPMUKP bertujuan untuk memberikan diseminasi informasi dan edukasi kepada masyarakat. Hal ini merupakan bagian dari kewajiban instansi pemerintah untuk memberikan *Public Service Obligation (PSO)* dalam bentuk informasi yang berkaitan dengan lembaganya. Pada setiap konten video yang diproduksi, terdapat beberapa *scene* yang berisi informasi yang dikemas untuk menyampaikan keunggulan LPMUKP. Misalnya mengenai dampak penggunaan dana LPMUKP bagi para debitur. Hal tersebut memungkinkan penulis untuk berpihak kepada lembaga tempat pelaksanaan PKL dalam setiap menyajikan informasi kepada publik. Di situlah, penulis menyadari adanya ketidaksesuaian praktik pelaksanaan PKL dengan Kode Etik Jurnalistik.

Publikasi yang dilakukan oleh LPMUKP merupakan salah satu upaya untuk memberikan *Public Service Obligation* dalam bentuk informasi. Sehingga, konten video yang diproduksi oleh Humas pun bertujuan untuk memaksimalkan kepentingan lembaganya. Sehingga video yang diproduksi oleh LPMUKP bukanlah produk jurnalistik, karena bukan untuk kepentingan publik, lebih terlihat membawa kepentingan lembaga. Sehingga proses pembuatan video membutuhkan waktu persiapan yang cukup lama sehingga tidak bisa dilakukan dengan waktu yang serba cepat. Pembuatan konten PSO pada tahap Pra Produksi yang menyita waktu cukup lama. Dituntut untuk melakukan riset pembuatan artikel maupun bahan video publikasi LPMUKP yang mendalam sebelum melakukan liputan. Berangkat dari sebuah pertanyaan, lalu dilanjutkan dengan mencari jawaban.

Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers menerangkan bahwa wartawan memiliki dan wajib menaati Kode Etik Jurnalistik. Lalu, dalam Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik dikatakan bahwa, Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Penafsiran dari pasal tersebut yaitu Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Keberpihakan kepada lembaga ketika menyusun artikel atau berita yang dipublikasikan melalui *website* resmi dan media *partner* JawaPos.com. Secara teknis, penulisan berita di LPMUKP. Namun, dalam setiap artikel tampak keberpihakan kepada lembaga, karena dituntut untuk memasukkan informasi mengenai peran dari LPMUKP dalam mensejahterakan masyarakat kelautan dan perikanan.

5. Kesimpulan

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Masyarakat tanpa komunikasi adalah sebuah kemustahilan, karena dengan cara inilah mereka bisa mendapatkan informasi. Kebutuhan informasi yang semakin besar berjalan beriringan dengan kemajuan teknologi saat ini. Munculnya era media baru berdampak bagi semua kalangan, termasuk bagi instansi pemerintah yang mempunyai kebijakan pelayanan publik (*Public Service Obligation*).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi turut dimaksimalkan oleh Humas LPMUKP dalam melakukan publikasi melalui berbagai konten. Tugas utama Humas pemerintahan adalah menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat masyarakat. Di sisi lain, Humas juga bertanggung jawab terhadap pembentukan citra bagi lembaganya.

Tantangan pembuatan informasi untuk pelayanan publik oleh instansi pemerintah dalam penggunaan storyline menjadi tantangan tersendiri dalam proses produksi. *Storyline* biasanya digunakan dalam produksi program televisi khususnya acara hiburan, guna menyusun informasi yang sesuai dengan kebutuhan publik dan tentunya sesuai kebijakan instansi pemerintah. Memang berbeda dalam mengemas sebuah konten informasi yang menggunakan konsep jurnalistik, karena informasi yang disampaikan harus sesuai dengan fakta atau apa adanya di lapangan, tidak adanya penyusunan konten di pra produksi.

Dari hasil penelitian ini, storyline yang digunakan oleh Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP) untuk informasi *Public Service Obligation* (PSO) mempunyai fungsi tertentu, dan sangat membantu merencanakan liputan yang lebih matang, sehingga kebutuhan konten PSO sesuai dengan harapan. Konten video yang diproduksi LPMUKP bertujuan untuk memberikan diseminasi informasi dan edukasi kepada masyarakat. Selain itu, publikasi juga menjadi sarana promosi demi kepentingan lembaganya. Mengingat tempat pelaksanaan PKL penulis bukanlah di perusahaan pers, sehingga konten publikasinya pun tidak bisa disebut sebagai hasil produk jurnalistik.

6. Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. (2014). Penelitian Kualitatif. Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya. Prenada Media Group. Jakarta
- Fitriani, Yuni. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. Jurnal AMIK BSI Bekasi.
https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/paradigma/article/download/22_20/1708

- Herlina, Sisilia. (2015). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang*. Vol. 4, No. 3. <https://media.neliti.com/media/publications/42441-ID-strategikomunikasi-humas-dalam-membentuk-citra-pemerintahan-di-kota-malang.pdf>
- Kovach, Bill dan Tom Rosentiel. (2001). *ELEMEN-ELEMEN JURNALISME : Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*. Institut Studi Arus Informasi. Jakarta.
- Lani, Oktri Permata dan Benni Handayani. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (*Government Public Relations*) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Ilmu Komunikasi, IAIN Batusangkar dan Universitas Islam Riau*. Vol. 9 No. 2, 2021. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/4071/188> 9
- Meiningsih, Siti. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan. *E-book Seri Literasi Digital Kominfo*. Jakarta. https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf
- Nugrahini, Yuli. (2012). *Analisis Kinerja Pelaksanaan Kewajiban Pelayanan Publik Bidang Angkutan Kereta Api Penumpang Kelas Ekonomi*. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, hlm. 19 – 36 Vol 23/No.1 April 2012. <https://journals.itb.ac.id/index.php/jpwk/article/view/4116/2202>
- Prastowo, Ari Agung. (2020). Pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah pada lembaga pemerintah. *Jurnal Universitas Padjadjaran Bandung*. Vol. 5, No. 1, 2020, hal. 17-31. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/download>
- Sadiman, Arief S. (2005). *Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Pustekkom Dikbud dan PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Thalassa T, Ian, Anthony Y. M. Tumimomor, dan Martin Setyawan. (2014). *Perancangan Film Dokumenter Potret Wisata Kampung Tas Tanggulangin*. *Jurnal Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10434/2/T1_69200910_Full%20text.pdf