

BAB II

PROFIL DAN PROGRAM KOMUNIKASI TARUNA LIAR INDONESIA

2.1 Profil Taruna Liar Indonesia

Taruna Liar Indonesia merupakan lembaga pelatihan non-formal yang berdiri sejak tahun 2021 di bawah naungan PT. Sumber Redjeki Berkreasi. Organisasi ini lahir dengan tujuan untuk menjawab kebutuhan akan pengembangan talenta di sektor audiovisual, yang semakin berkembang di era digital (*Taruna Liar Indonesia, komunikasi pribadi, 2024*). Dengan fokus pada peningkatan kualitas pendidikan dan riset di bidang audiovisual, Taruna Liar bercita-cita menjadi institusi unggulan di Indonesia. Taruna Liar Indonesia juga membawakan pesan utama yaitu “*Spreading, Sustainability, and Impact in Educational and Research of Audiovisual.*”



Gambar 2.1 Key Visual Taruna Liar

Taruna Liar sendiri merupakan bagian dari Sure Pictures sebuah perusahaan produksi film yang berbasis di Semarang, dengan pengalaman luas di bidang audiovisual. Selain itu, lembaga ini dipimpin oleh tim profesional yang terdiri dari pengawas, ketua, bendahara, penanggungjawab program dan tim media sosial. Tim ini bekerja sama untuk memastikan kualitas program pelatihan dan produk yang dihasilkan.

Sejak awal berdirinya, Taruna Liar telah menyediakan berbagai layanan dan program, seperti Taruna Liar Core, Layar Liar, Nongkrong Liar dan produksi audiovisual (*Taruna Liar, 2024*). Program-program ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan praktisi pemula hingga profesional di sektor audiovisual. Dengan

komitmennya pada kualitas, inovasi, dan dampak sosial, Taruna Liar Indonesia terus berupaya menjadi institusi terdepan dalam mengembangkan potensi kreatif di Indonesia.

2.2 Produk dan Layanan

Berikut adalah beberapa produk utama yang ditawarkan oleh Taruna Liar:

2.3.1 Pelatihan Audiovisual

a. Taruna Liar Core

Program unggulan Taruna Liar adalah Taruna Liar Core, sebuah pelatihan berdurasi 9 bulan yang mencakup berbagai tahapan seperti workshop, magang dengan bimbingan, proyek akhir, dan acara kelulusan. Materi yang diajarkan meliputi penulisan naskah, penyutradaraan, sinematografi, editing, akting untuk penyutradaraan, serta produksi. Sasaran utamanya adalah individu dengan minat di bidang audiovisual, khususnya di wilayah Kota Semarang dan sekitarnya, untuk mengembangkan talenta lokal yang siap bersaing di industri kreatif.

2.3.2 Program Komunikasi

a. Layar Liar

Layar Liar merupakan pemutaran film dengan sesi diskusi bersama para kreator seperti produser, sutradara maupun *talent*. Sejak 2022 hingga 2024, Layar Liar telah diselenggarakan sebanyak tujuh kali. Program ini bertujuan meningkatkan apresiasi terhadap karya audiovisual dan memberikan wawasan tentang proses kreatif melalui diskusi bersama profesional di bidang terkait.

b. Nongkrong Liar

Nongkrong Liar adalah diskusi santai yang melibatkan individu yang tertarik pada dunia audiovisual. Sejak 2023, program ini telah dilaksanakan lima kali dengan total pendaftar 53 dari target 150 peserta.

2.3 Stakeholder Internal dan Eksternal

2.3.1 Stakeholder Internal

a. Manajemen dan Tim Operasional

Tim manajemen dalam Taruna Liar meliputi pengawas, ketua, sekretaris, bendahara, pengelola program dan tim sosial media.

b. Peserta Program

Individu yang mengikuti pelatihan Taruna Liar Core sebagai penerima manfaat utama.

2.3.2 Stakeholder Eksternal

a. Brand Partnership

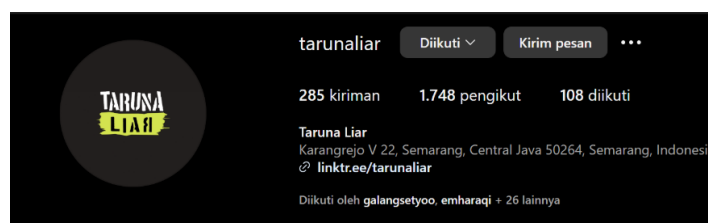
Taruna Liar menjalin kerja sama dengan berbagai mitra, seperti Bank Jateng untuk produksi film pendek, KPK untuk iklan layanan masyarakat, dan byU yang mendukung distribusi beberapa karya film melalui aplikasi mereka.

b. Masyarakat Umum

Individu yang berpartisipasi dalam kegiatan seperti Layar Liar dan Nongkrong Liar.

2.4 Media Sosial Taruna Liar Indonesia

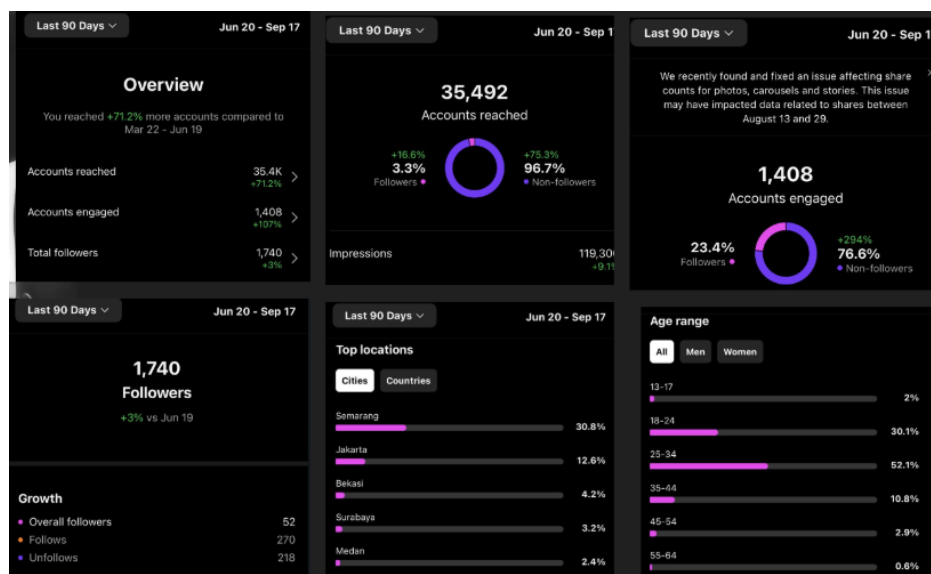
Akun Instagram @tarunaliar pertama kali dibuat pada tahun 2018, namun aktivitas unggahan baru mulai terlihat aktif pada tahun 2020. Konten yang dibagikan mencakup informasi edukatif serta hiburan dengan identitas visual yang konsisten, menggunakan kombinasi warna hijau, hitam, putih, dan abu-abu tua sebagai ciri khasnya.



Gambar 2.2 Profil Instagram Taruna Liar Indonesia



Gambar 2.3 Unggahan Taruna Liar Indonesia



Gambar 2.4 Insight Instagram Taruna Liar Indonesia

Dari data terlampir dapat dilihat dalam periode 20 Juni - 17 September 2024, performa Instagram @tarunaliar menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa aspek utama, seperti jangkauan, interaksi, dan jumlah pengikut. Jangkauan akun mengalami kenaikan +71.2%, sementara tingkat keterlibatan meningkat hingga +107%. Data ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan melalui kombinasi owned media (Instagram @tarunaliar), earned media (kolaborasi dengan media partner), dan paid media (melalui promosi bersama Key Opinion Leaders - KOL) telah berkontribusi dalam memperluas eksposur Taruna Liar di ranah digital.

Sebagian besar jangkauan akun, yakni 96.7%, berasal dari pengguna yang belum mengikuti akun Taruna Liar, dengan 76.6% interaksi juga berasal dari non-pengikut. Dari sisi demografi, kelompok usia 25-34 tahun (52.1%) mendominasi audiens yang terlibat, diikuti oleh kelompok 18-24 tahun (30.1%), yang sesuai dengan target pasar Taruna Liar sebagai lembaga pelatihan audiovisual yang menasar anak muda kreatif. Secara geografis, 30.8% pengikut berasal dari Semarang, menandakan bahwa Taruna Liar masih memiliki basis komunitas yang kuat di wilayah tersebut, meskipun peluang ekspansi ke area lain tetap terbuka.

Di sisi lain, meskipun terdapat 270 akun baru yang mengikuti, sebanyak 218 akun memilih berhenti mengikuti, sehingga pertumbuhan bersih hanya mencapai +52 akun. Fakta ini menunjukkan bahwa meskipun strategi akuisisi audiens telah berjalan efektif, upaya mempertahankan pengikut masih menjadi tantangan. Evaluasi lebih lanjut terhadap pola konten dan strategi engagement diperlukan untuk memastikan bahwa audiens yang telah dijangkau tetap tertarik dan aktif berinteraksi dengan Taruna Liar dalam jangka panjang.

2.5 Pelatihan Audiovisual di Kota Semarang

Di tengah meningkatnya kebutuhan industri kreatif, terutama dalam bidang audiovisual, akses terhadap pelatihan di luar kota besar seperti Jakarta masih terbatas. Kota Semarang, sebagai salah satu pusat pertumbuhan industri kreatif di Jawa Tengah, belum memiliki banyak lembaga pelatihan yang dapat mendukung pengembangan talenta di bidang ini. Minimnya fasilitas dan institusi

yang menyediakan pelatihan audiovisual secara komprehensif menyebabkan peluang bagi individu yang ingin terjun ke industri ini menjadi terbatas.

Taruna Liar hadir sebagai solusi atas keterbatasan tersebut dengan menyediakan program pelatihan non-formal yang dapat diakses secara gratis. Sebagai satu-satunya lembaga pelatihan audiovisual di Semarang yang menawarkan pendidikan berbasis praktik, Taruna Liar memiliki kesempatan besar untuk menjadi pusat pengembangan talenta kreatif lokal. Dengan mengusung model pelatihan yang mencakup workshop, magang dengan pendampingan, dan proyek akhir, Taruna Liar tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam industri.

Berdasarkan data internal, meskipun program yang ditawarkan mendapat respons positif, brand awareness terhadap Taruna Liar masih tergolong rendah. Hasil Survei Pengetahuan Taruna Liar (2024) menunjukkan bahwa 68% dari 102 responden tidak mengenal Taruna Liar, meskipun mereka memiliki minat terhadap program berbasis audiovisual. Selain itu, meskipun acara-acara seperti Layar Liar dan Nongkrong Liar telah rutin diadakan, partisipasi masih mengalami stagnasi akibat terbatasnya jangkauan informasi kepada calon peserta.

Di sisi lain, perkembangan era digital semakin mendorong permintaan akan industri kreatif, khususnya di Semarang. Kepala Dinas Perindustrian Kota Semarang, dalam wawancara yang dimuat oleh RMOL Jateng (14 September 2024), mengungkapkan bahwa kebutuhan akan agensi kreatif di kota ini terus meningkat seiring dengan pesatnya pemanfaatan teknologi di berbagai sektor. Dengan semakin luasnya penggunaan digitalisasi dalam kehidupan sehari-hari, industri agensi kreatif diperkirakan akan berkembang pesat dan menjadi sektor industri tersendiri dalam beberapa tahun mendatang.

Dengan peluang besar sebagai lembaga pelatihan audiovisual pertama di Semarang, Taruna Liar memiliki potensi untuk lebih dikenal dan berkembang melalui strategi komunikasi yang lebih efektif. Inisiatif seperti Tarli Fest dirancang sebagai langkah strategis untuk meningkatkan keterlibatan audiens, memperluas jaringan komunitas kreatif, serta memperkuat posisi Taruna Liar sebagai pionir dalam pendidikan audiovisual di kota ini.

2.6 Positioning Taruna Liar Indonesia di Kota Semarang

Taruna Liar menempati posisi strategis sebagai lembaga perintis di bidang audiovisual di Semarang, dengan keunggulan utama dalam menyediakan pendidikan audiovisual nonformal yang bersifat inklusif dan gratis. Hingga saat ini, belum ada lembaga lain di Semarang, bahkan di luar kota, yang mampu menawarkan program serupa. Sebagai satu-satunya lembaga pelatihan audiovisual gratis di wilayah ini, Taruna Liar memiliki potensi besar untuk terus berkembang, didukung oleh keberadaan pengajar profesional serta fasilitas peralatan yang memadai. Keunggulan ini semakin diperkuat dengan rekam jejak yang telah mencetak empat batch kelulusan, menghasilkan total 32 film pendek dalam empat tahun terakhir. Keberhasilan ini tidak terlepas dari kolaborasi dengan berbagai brand ternama, seperti by.U, Bank Jateng, dan KPK, yang turut mendukung keberlanjutan program pelatihan Taruna Liar.

2.7 Usulan Program Komunikasi

Berdasarkan Survei Perilaku Mengenai Komunitas dan Aktivasi Audiovisual di Semarang (2024) yang dilakukan oleh tim karya bidang, ditemukan bahwa meskipun ada ketertarikan tinggi terhadap acara kreatif berbasis audiovisual, tingkat kesadaran masyarakat terhadap Taruna Liar masih rendah. Sebanyak 68% dari 102 responden tidak mengenal Taruna Liar, dan meskipun 85% responden menganggap program Taruna Liar menarik, hanya 18% yang pernah menghadiri acara tersebut. Data ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang selama ini diterapkan belum optimal dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Untuk mengatasi hal tersebut, tim karya bidang mengusulkan Tarli Fest, sebuah festival kreatif yang dirancang sebagai strategi pengembangan komunikasi yang lebih interaktif dan terintegrasi. Festival ini mengadaptasi format acara yang sudah ada, seperti Nongkrong Liar dan Layar Liar, agar tetap identik dengan Taruna Liar namun dengan tambahan elemen yang lebih menarik bagi audiens. Pada Nongkrong Liar, pengembangan dilakukan melalui Workshop Audiovisual untuk memberikan pengalaman praktik langsung berinteraksi dengan kamera serta

menghadirkan Invitation Guest dengan berbagai latar belakang kreatif guna memperluas koneksi serta wawasan peserta.

Sementara itu, Layar Liar akan dilengkapi dengan Food Experience yang memberikan pengalaman sinematik lebih imersif, serta menghadirkan Putri Ayudya sebagai pembicara nasional untuk membahas industri perfilman. Acara puncak Tarli Fest akan ditutup dengan Konser Mini, yang tidak hanya menjadi daya tarik utama atau *hook* bagi peserta, tetapi juga menjadi momen untuk memperlihatkan karya audiovisual dari Taruna Liar guna menampilkan kemampuan menyampaikan pesan melalui audiovisual yang harapannya membantu audiens menyadari keunggulan Taruna Liar Indonesia serta melakukan Visual Collaboration dengan seniman lokal.

Sebagai Insight Data Analyst dan Event Strategist, saya bertanggung jawab dalam merancang strategi berbasis data untuk memastikan efektivitas program. Analisis survei pre-event, pendaftaran dan *feedback* digunakan untuk memahami preferensi audiens, yang kemudian menjadi dasar dalam pengembangan konsep acara agar lebih relevan dan menarik. Selain itu, saya juga menyusun konsep keseluruhan Tarli Fest, Workshop Audiovisual dan Invitation Guest pada Nongkrong Liar serta Food Experience pada Layar Liar. Dengan pendekatan ini, diharapkan Tarli Fest dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan brand awareness Taruna Liar, memperluas jaringan komunitas kreatif di Semarang, serta memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan audiovisual nonformal berbasis komunitas di Kota Semarang.