

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

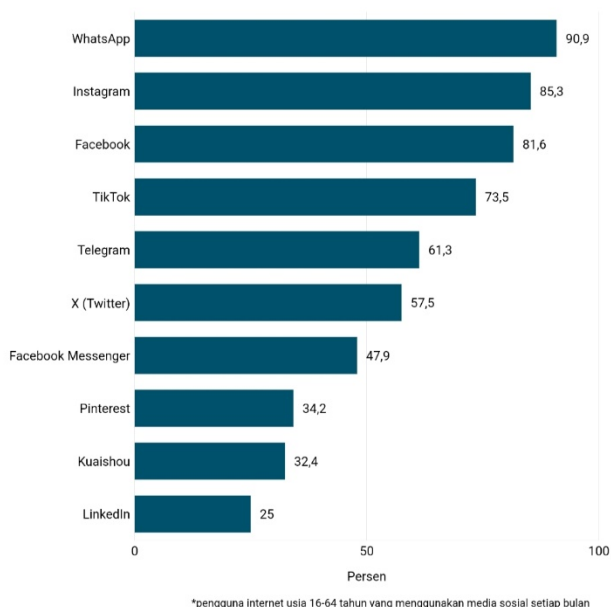
### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi adalah suatu bentuk atau metode untuk menyampaikan pesan dan informasi melalui percakapan antara dua orang atau lebih atau dapat disampaikan melalui gambar, kalimat dan tanda. Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap individu manusia melakukan interaksi kepada sesamanya. Komunikasi dilakukan oleh manusia untuk memudahkan setiap individu saling mengerti keinginan dan tujuannya. Di zaman yang sudah modern, manusia tidak lagi harus bertemu untuk melakukan interaksi. Interaksi dapat dilakukan melalui suatu media untuk menyampaikan pesan dan tujuannya.

Komunikasi dapat disampaikan melalui media. Media adalah alat saluran komunikasi yang didalamnya terdapat pesan yang akan disampaikan oleh penerima. Contoh media yang sering kita temui adalah koran, televisi, film dan masih banyak lagi. Dengan adanya media, pesan yang disampaikan akan tersampaikan dengan akurat karena media juga mengurangi kesalahpahaman pesan. Melalui media juga, manusia dapat menambah wawasan dan pengetahuan sehingga dapat membantu segala kebutuhan manusia. Menurut Anti dkk pada penelitian yang berjudul Penggunaan Bahasa Jurnalistik dalam Penulisan Berita Metrojambi.com (2020) menjelaskan bahwa “media atau pers yaitu salah satu cara menyebarkan dan memperoleh informasi yang dibutuhkan.” Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang terbaru, dari media yang berbentuk fisik seperti kertas atau koran, kini media dapat diakses melalui alat elektronik seperti laptop, computer, smartphone dan lain sebagainya. Melalui jejaring internet, individu dapat tersambung dengan individu lainnya sehingga informasi dapat tersampaikan dengan mudah dan efisien. Media sosial adalah salah satu contoh media yang dapat digunakan ketika kita sudah tersambung dengan internet.

Menurut Yuli Rohmiyati (2018) pada penelitian berjudul “Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media”, menyebutkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang populer saat ini. Fungsi media sosial untuk

berinteraksi semakin besar, terutama karena kemudahan fasilitasnya dalam menyebarkan informasi. Berdasarkan data yang dicatat oleh *We Are Social* yang dimuat dalam website <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024> bahwa pada Januari 2024 secara keseluruhan tercatat terdapat 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia yang jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional. Selain itu, media sosial yang sering digunakan di Indonesia pada Januari 2024 adalah WhatsApp yang menjadi urutan pertama dengan proporsi pengguna 90,9%, Instagram menempati posisi kedua dengan proporsi pengguna 85,3%, diikuti Facebook 81,6%, Tiktok 73,5%, Telegram 61,3%, dan X 57,5%.



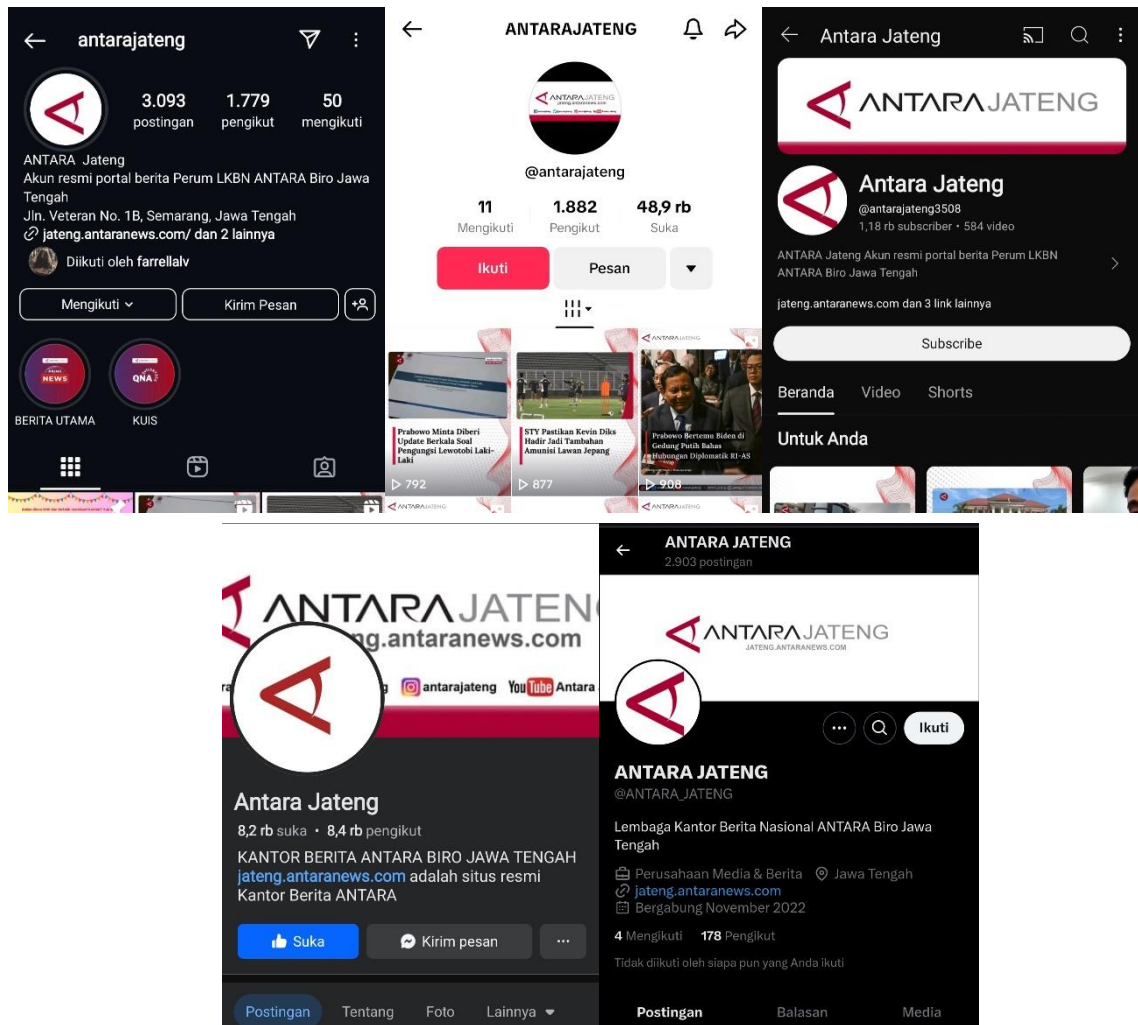
Gambar 1. Media yang Paling Banyak digunakan Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024

Dengan mudahnya akses untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi melalui media sosial maka hal tersebut merupakan sebuah peluang bagi sebuah perusahaan atau *corporate* untuk mengembangkan produk dan bisnisnya. Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi media massa melalui media sosial platform Instagram merupakan cara yang efektif. Misalnya pada studi yang dilakukan oleh Tuty Mutiah dan A. Rafiq (2021) dengan judul “Instagram Media Baru Penyebaran Berita (Studi Pada Akun @feydown\_official)”. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa Instagram merupakan media baru dan memberikan

kemudahan dalam berkomunikasi sampai seluruh dunia terhubung. Sehingga Instagram dapat menghubungkan banyak orang diwaktu yang bersamaan dengan memberikan informasi lebih cepat. Selain itu, pada beberapa postingan Instagram @feydown\_official mendapatkan beberapa komentar dan beberapa akun menandai orang yang dikenal untuk mengetahui informasi atau berita yang diunggah. Penggunaan Instagram sebagai penyebaran informasi media massa telah menjadi suatu hal yang penting dalam perusahaan media berita, termasuk Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.

Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah merupakan salah satu kantor perwakilan dari kantor berita ANTARA. Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah berada di Jln. Veteran No. 1B, Semarang, Jawa Tengah. Lembaga Kantor Berita Nasional ANTARA Biro Jawa Tengah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media berita yang meliput informasi dan disebarluaskan ke seluruh wilayah Indonesia dan dunia Internasional. Melalui media sosial, Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Jawa Tengah dapat menyebarluaskan informasinya dengan cepat kepada penerima. Melalui media sosial, Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah menyebarluaskan informasi melalui berita yang dikemas menjadi konten. Konten-konten tersebut sebagian besar merupakan berita yang dimuat didalam portal website [jateng.antaranews.com](http://jateng.antaranews.com). Setiap konten yang diunggah ke media sosial, mencantumkan tautan atau landing page sesuai berita yang diunggah dalam konten tersebut. Sehingga audiens selain mendapatkan informasi di media sosial Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah, audiens juga membaca berita lebih lengkap di portal website.

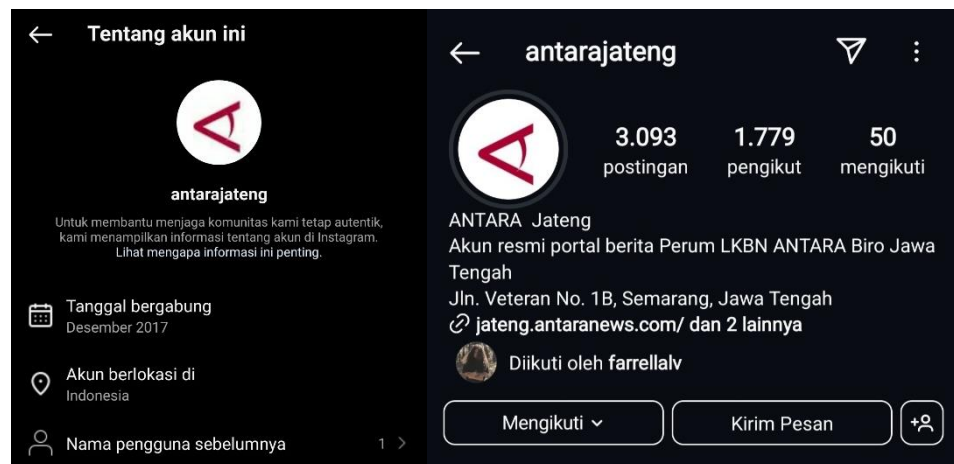
Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah telah melakukan berbagai strategi untuk menyebarkan informasi dan berita. Dimulai dari pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter dan Youtube untuk menyebarkan berita yang aktual dan terpercaya kepada audiens sehingga audiens dapat mengetahui apa yang sedang terjadi.



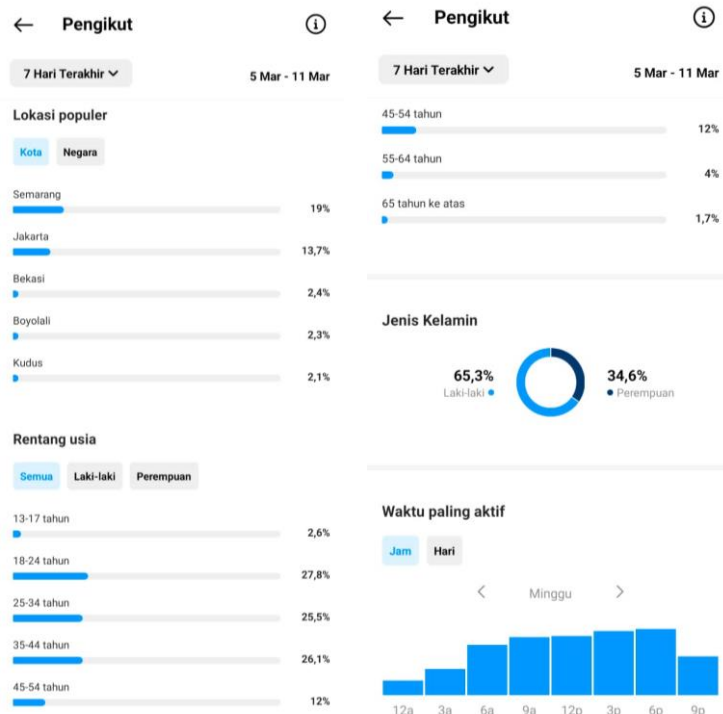
Gambar 4. Akun Media Sosial Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah

Kelima platform media sosial tersebut digunakan Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah untuk menyebarkan berita. Dari kelima platform media sosial tersebut, penulis melihat bahwa platform Instagram memiliki total pengikut 1779 namun memiliki interaksi yang cenderung rendah. Tiktok Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah memiliki total pengikut lebih banyak dari total pengikut Instagram, tetapi interaksi yang terjadi dengan audience Tiktok terhitung tinggi, karena di sebagian besar postingan Tiktok Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah selalu ada interaksi seperti komen dan saves. Selain itu, melalui data yang sudah penulis paparkan, Instagram menjadi urutan teratas sebagai platform yang digemari di Indonesia dan memiliki berbagai fitur

yang mendukung untuk menghasilkan konten untuk meningkatkan *engagement rate*. Permasalahan tersebut juga sudah dikonfirmasi oleh Teguh Imam Wibowo selaku Kepala Biro Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah bahwa *engagement rate* yang tinggi merupakan suatu hal yang penting karena menjadi salah satu bukti bahwa audiens banyak yang membutuhkan informasi dari Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.

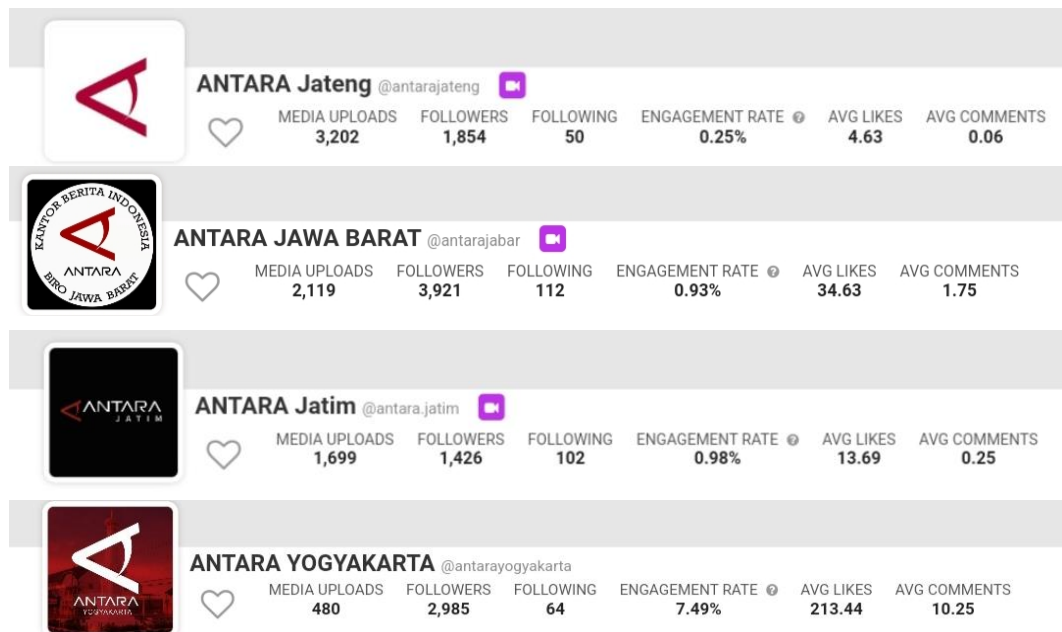


Gambar 5. Tahun pembuatan akun @antarajateng dan jumlah *followers* Instagram 13 November 2024



Gambar 6. Data *Insight* Pengikut @antarajateng

Berdasarkan data *Insight* pengikut Instagram @antarajateng, gender dan usia yang menjangkau akun media sosial LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah, bahwa laki-laki lebih banyak menjangkau Instagram @antarajateng sebanyak 65.3% sedangkan perempuan lebih sedikit yaitu 34.6%. Dengan rata-rata usia 18-24 tahun sebanyak 27.8%, usia 25-34 tahun sebanyak 25.5% dan usia 35-44 tahun sebanyak 26.1%. Data tersebut diambil per tanggal 5 Maret – 11 Maret 2024.



Gambar 7. Perbandingan persentase *engagement rate* Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah dengan media lainnya melalui Social Blade

Tabel 1. PERBANDINGAN PERSENTASE *ENGAGEMENT RATE*

| Nama Perusahaan                    | Persentase <i>Engagement rate</i> |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah | 0,25%                             |
| Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Barat  | 0,93%                             |
| Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Timur  | 0,98%                             |
| Perum LKBN ANTARA Biro Yogyakarta  | 7,49%                             |

*Engagement rate* adalah sebuah metrik, alat atau istilah untuk mengukur seberapa baik interaksi suatu akun media sosial dengan audiens sehingga pemilik akun mengetahui seberapa efektif konten yang dibuat. Berdasarkan data *engagement rate* Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah memiliki persentase *engagement rate* 0,25%, Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Barat 0,93%, Perum

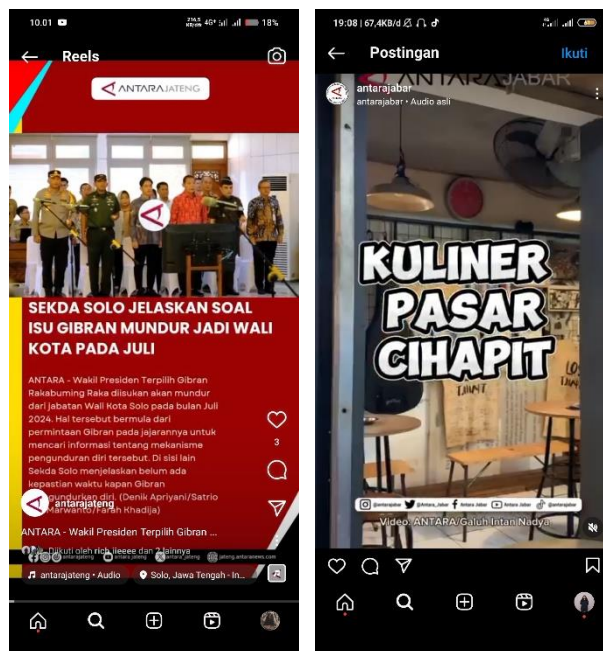
LKBN ANTARA Biro Jawa Timur 0,98%, dan Perum LKBN ANTARA Biro Yogyakarta 7,49%.

Tabel 2. ANALISIS SWOT

| <i>STRENGTHS</i>                                                                                                                                                                                              | <i>WEAKNESS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumber informasi dan data yang terpercaya</li> <li>- Salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia</li> </ul>                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persentase <i>engagement rate</i> yang rendah</li> <li>- Variasi konten yang kurang variatif</li> <li>- Kurangnya efektivitas dalam pembuatan konten media sosial</li> <li>- Tidak adanya jadwal pembuatan konten yang konsisten</li> </ul> |
| <i>OPPORTUNITIES</i>                                                                                                                                                                                          | <i>THREATS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peluang untuk meningkatkan interaksi melalui konten media sosial</li> <li>- Meningkatnya minat masyarakat dalam membaca berita di LKBN ANTARA Jawa Tengah</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan kompetitor media berita lain</li> <li>- Potensi perubahan naik turunnya interaksi di media sosial</li> </ul>                                                                                                                     |

Berdasarkan analisis SWOT diatas dapat disimpulkan Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah memiliki persentase *engagement rate* yang paling rendah dari media lainnya. Selain itu, Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah juga memiliki variasi konten yang kurang variatif seperti konten yang diunggah di akun Instagram hanya terpaku dengan satu jenis konten saja. Kemudian, Perum

LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah juga tidak memiliki jadwal pembuatan konten yang konsisten dan tepat sehingga dapat menyebabkan kurangnya efektivitas dalam pembuatan konten.



Gambar 8. Variasi Konten ANTARA Biro Jawa Tengah dan  
ANTARA Biro Jawa Barat

Dapat dilihat dari beberapa konten yang diunggah di media sosial Instagram LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah adalah konten pemberitaan melalui story instagram, feed dan reels. Selain itu, terdapat konten quiz yang terakhir update pada tanggal 10 November 2023. Kemudian, jika dibandingkan dengan biro lainnya dan media lain dalam wilayah Jawa Tengah, konten LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah terhitung sangat jarang mengunggah konten ringan. Salah satu konten yang diunggah oleh LKBN ANTARA Biro Jawa Barat adalah konten ringan yang memiliki konsep tanya jawab ringan sehingga terjadi komunikasi dua arah dan interaksi di media sosial. Salah satu strategi konten media sosial yang akan diterapkan oleh penulis adalah meningkatkan *engagement rate* dengan penerapan Teknik *call to action* (CTA). Dalam hal ini, penulis dapat membuat konten dengan teknik CTA untuk mendorong audiens untuk berinteraksi dengan konten secara

aktif. Dengan penerapan Teknik CTA atau *call to action* pada setiap konten @antarajateng, interaksi dan komunikasi dua arah akan terjadi dengan audiens sehingga dapat meningkatkan *engagement rate* media sosial instagram @antarajateng. Selain itu, penulis juga menerapkan strategi pengelolaan konten yaitu membuat konten-konten variatif dan informatif serta membuat jadwal konten yang tepat dan konsisten yang juga dapat menjadi salah satu faktor kenaikan persentase *engagement rate* Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.

Penulis menerapkan strategi pengelolaan konten Instagram melalui penelitian terapan karena penulis secara langsung menerapkan strategi di lapangan. Menurut Antoni Arif Priadi dalam bukunya yang berjudul “Penelitian Terapan Bidang Pelayaran dengan Metode Gap Analysis” pada tahun 2022 menjelaskan bahwa penelitian terapan merupakan penyelidikan yang cermat, sistematis dan terus-menerus terhadap suatu masalah. Apabila sebuah penelitian dalam tujuannya lebih mengutamakan segi praktis (penerapan di lapangan), maka penelitian tersebut dapat digolongkan ke dalam penelitian terapan (*applied research*).

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan diatas, maka penting untuk menerapkan strategi pengelolaan konten Instagram di Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah sehingga dapat meningkatkan *engagement rate* Instagram.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Data yang dipaparkan oleh penulis di atas menyebutkan bahwa akun Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah memiliki *engagement rate* yang rendah dibanding akun Instagram biro ANTARA yang lain maupun kompetitor.

### **1.3 Tujuan**

Tujuan penelitian terapan ini yaitu membuat rancangan strategi *public relations* terkait pengelolaan konten untuk meningkatkan *engagement rate* pada Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah

### **1.4 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian terapan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

1. Menambah wawasan penulis tentang pentingnya interaksi dan *engagement rate* di suatu akun perusahaan/bisnis.
2. Meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana perusahaan media beroperasi di media sosial.

b. Bagi Perguruan Tinggi

1. Terjalannya kerja sama yang baik karena dengan pelaksanaan project Tugas Akhir ini.
2. Memperkenalkan program studi Str. Informasi dan Hubungan Masyarakat pada Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro kepada Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.
3. Membuka kesempatan bagi mahasiswa Universitas Diponegoro yang ingin melaksanakan penelitian atau project di Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.

c. Bagi Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah

1. Meningkatkan jumlah audiens yang mengunjungi dan membaca berita di media sosial dan portal website Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.
2. Meningkatkan *engagement rate* pada Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.

### **1.5 Luaran**

Luaran yang dihasilkan dalam project tugas akhir ini adalah Strategi pengelolaan konten untuk meningkatkan *engagement rate* Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah.