

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan menerima informasi, yang sebelumnya didominasi oleh media konvensional menjadi semakin berkembang ke berbagai media berbasis digital. Perubahan tersebut mendorong berbagai lembaga komunikasi untuk menyesuaikan cara penyampaian informasi agar tetap relevan dengan kebutuhan serta kebiasaan audiens saat ini.

Di Indonesia, radio masih menjadi salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan, serta membangun komunikasi dengan masyarakat. Menurut Masduki (2004), radio memiliki karakteristik sebagai media yang mampu menjangkau masyarakat secara cepat, luas, dan mudah diakses. Keberadaan radio juga didukung melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang menjelaskan bahwa lembaga penyiaran memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta perekat sosial masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, praktik penyiaran juga mengalami perubahan dalam pola distribusi informasi. Lembaga penyiaran tidak lagi hanya mengandalkan siaran melalui frekuensi radio, tetapi turut memanfaatkan berbagai kanal digital, seperti layanan streaming, website, podcast, dan media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Pemanfaatan kanal digital tersebut memungkinkan informasi disampaikan secara lebih fleksibel dan menyesuaikan pola konsumsi media masyarakat.

Berdasarkan laporan We Are Sosial (2024), Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Karakteristik Instagram yang menekankan penyampaian pesan melalui elemen visual menjadikan platform ini banyak dimanfaatkan oleh organisasi dan institusi sebagai media komunikasi digital. Melalui fitur foto, video, dan Reels, informasi dapat dikemas secara lebih ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

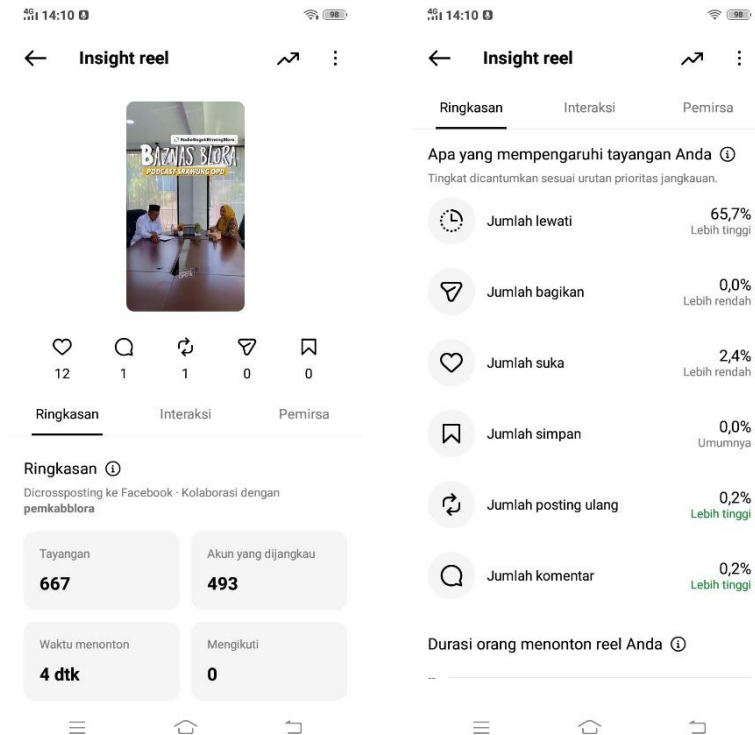
Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) turut memanfaatkan kanal digital sebagai sarana pendukung dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, LPPL merupakan lembaga penyiaran yang didirikan oleh pemerintah daerah dengan persetujuan DPRD serta bersifat independen, netral, dan tidak komersial. LPPL hadir untuk memberikan layanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta memenuhi kepentingan masyarakat di tingkat lokal.

Salah satu LPPL di tingkat daerah adalah Radio Gagak Rimang Kabupaten Blora, Jawa Tengah. Dalam menjalankan fungsi penyiarannya, Radio Gagak Rimang menyediakan layanan informasi publik, edukasi, hiburan, serta penyampaian berbagai isu yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat lokal. Selain melalui siaran radio, Radio Gagak Rimang juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok sebagai media pendukung penyebaran informasi. Di antara berbagai platform tersebut, Instagram menjadi salah satu kanal yang aktif digunakan melalui akun @lpplgagakrimang untuk membagikan dokumentasi kegiatan, unggahan program siaran, konten podcast, serta berbagai bentuk informasi lainnya.

Akun Instagram @lpplgagakrimang telah digunakan sejak tahun 2018 sebagai salah satu media pendukung penyebaran informasi Radio Gagak Rimang. Berdasarkan data akun per September 2026, akun tersebut memiliki 2.217 pengikut dan 6001 unggahan. Konten yang diunggah pada akun tersebut terdiri atas berbagai bentuk unggahan, termasuk Feed dan Reels, serta terdapat unggahan yang dilakukan secara nonkolaboratif maupun melalui fitur kolaborasi dengan akun lain.

Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram @lpplgagakrimang, sebagian besar konten yang diunggah merupakan konten kolaboratif dengan akun lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Radio Gagak Rimang, penggunaan konten kolaboratif tersebut berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia serta keterbatasan keahlian dalam produksi konten media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan Radio Gagak Rimang lebih banyak memanfaatkan konten hasil kolaborasi dalam aktivitas unggahan pada akun Instagram @lpplgagakrimang.

Salah satu contoh unggahan konten melalui fitur kolaborasi ditunjukkan pada gambar dibawah ini.

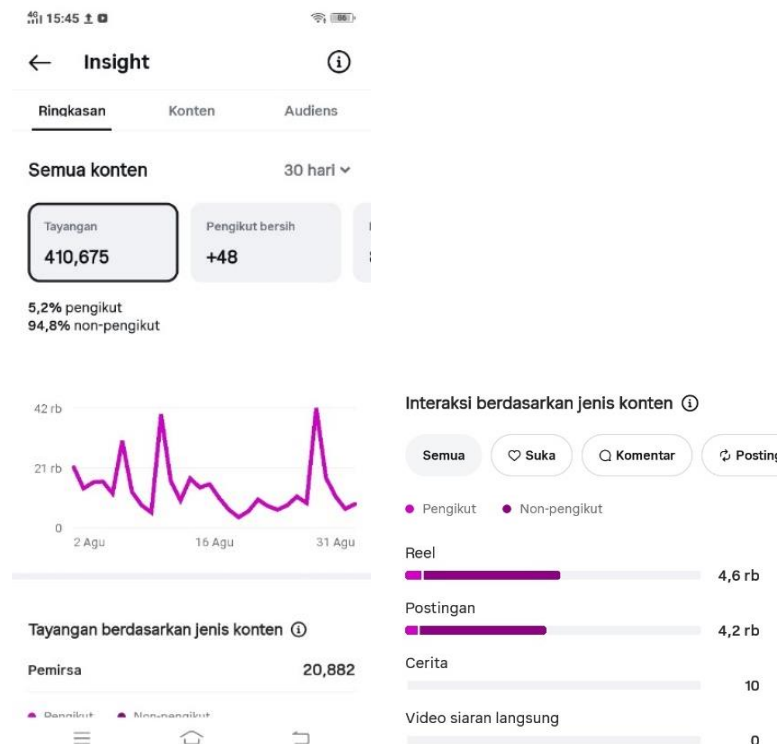


Gambar 1.1 Contoh Unggahan Konten Instagram Versi Kolaborasi

Sumber: Instagram @lpplgagakrimang

Salah satu unggahan pada akun @lpplgagakrimang merupakan konten yang diproduksi oleh Radio Gagak Rimang dan disebarluaskan melalui fitur kolaborasi dengan akun @pemkabblora. Konten tersebut memperoleh 667 tayangan dan menjangkau 493 akun, dengan 12 suka, 1 komentar, 1 posting ulang, dan 0 bagikan berdasarkan data Instagram Insights. Meskipun konten tersebut telah melibatkan akun @pemkabblora melalui fitur kolaborasi, capaian yang diperoleh masih menunjukkan jangkauan yang terbatas. Konten tersebut juga masih berupa cuplikan setelah kegiatan siaran atau podcast, sehingga pengemasan informasi yang diproduksi secara mandiri masih belum menunjukkan variasi konsep yang optimal.

Untuk melihat kondisi performa akun secara keseluruhan, dilakukan pengamatan terhadap Instagram Insights dalam periode satu bulan, yaitu 3 Agustus–1 September 2026.



Gambar 1.2 Instagram Insights Akun @lpplgagakrimang Periode 3 Agustus - 1 September 2026

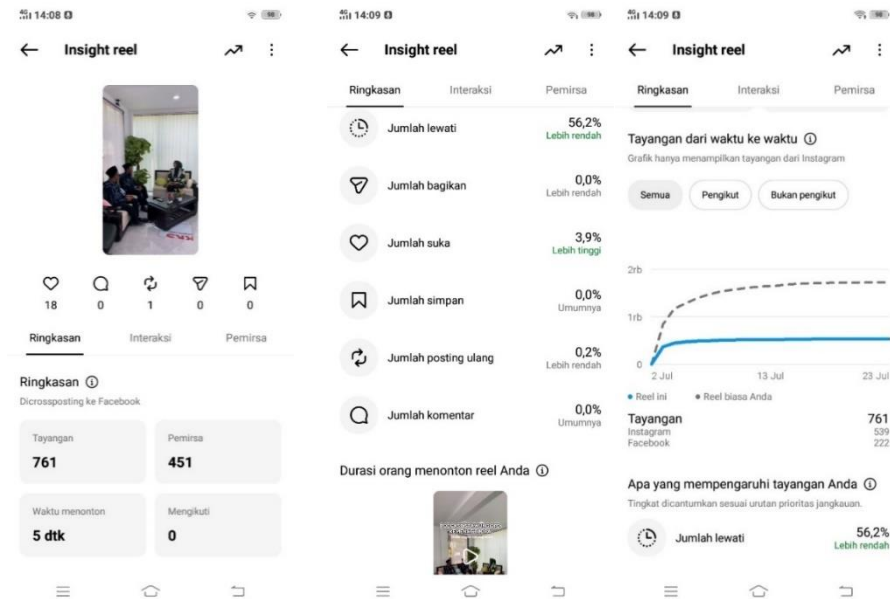
Sumber: Instagram Insights Radio Gagak Rimang

Berdasarkan Instagram Insights akun @lpplgagakrimang pada periode 3 Agustus –1 September 2026, akun memperoleh 410.675 tayangan. Sebesar 94,8% tayangan berasal dari non-pengikut, sedangkan 5,2% berasal dari pengikut. Data tersebut merupakan gambaran performa keseluruhan akun sehingga tidak digunakan sebagai baseline khusus konten nonkolaboratif. Hal ini disebabkan performa akun pada periode tersebut turut dipengaruhi oleh konten kolaboratif yang memperoleh distribusi melalui akun lain. Tingginya persentase tayangan dari non-pengikut tersebut berkaitan dengan unggahan konten kolaboratif yang melibatkan akun lain, sehingga penyebaran informasi turut memperoleh jangkauan dari audiens akun yang berkolaborasi. Namun, capaian tayangan tersebut merupakan performa keseluruhan akun selama satu bulan dan belum dapat digunakan untuk menggambarkan performa konten nonkolaboratif secara khusus. Hal ini menjadi penting karena berdasarkan hasil observasi, aktivitas unggahan akun @lpplgagakrimang

masih lebih banyak menggunakan konten kolaboratif, sedangkan konten yang diproduksi dan diunggah secara mandiri masih relatif jarang. Oleh karena itu, penyampaian informasi melalui konten yang diproduksi secara mandiri masih perlu diperkuat. Selain konten kolaboratif, Radio Gagak Rimang juga memiliki konten yang diproduksi dan diunggah secara nonkolaboratif.

Dalam Tugas Akhir ini, jangkauan informasi didefinisikan sebagai jumlah akun Instagram yang berhasil dijangkau oleh konten Reels nonkolaboratif. Pengukuran jangkauan informasi menggunakan metrik Accounts Reached pada Instagram Insights sebagai indikator utama untuk mengetahui jumlah akun yang berhasil dijangkau oleh setiap konten. Selain itu, Instagram Insights juga menyediakan data daerah audiens yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung untuk melihat sebaran geografis audiens yang terjangkau. Dengan demikian, Accounts Reached digunakan untuk mengukur jumlah akun yang berhasil dijangkau, sedangkan data daerah audiens digunakan untuk memberikan gambaran mengenai sebaran wilayah audiens yang melihat konten. Kedua data tersebut digunakan untuk melihat capaian jangkauan informasi dari konten Reels nonkolaboratif setelah produksi dibandingkan dengan kondisi awal.

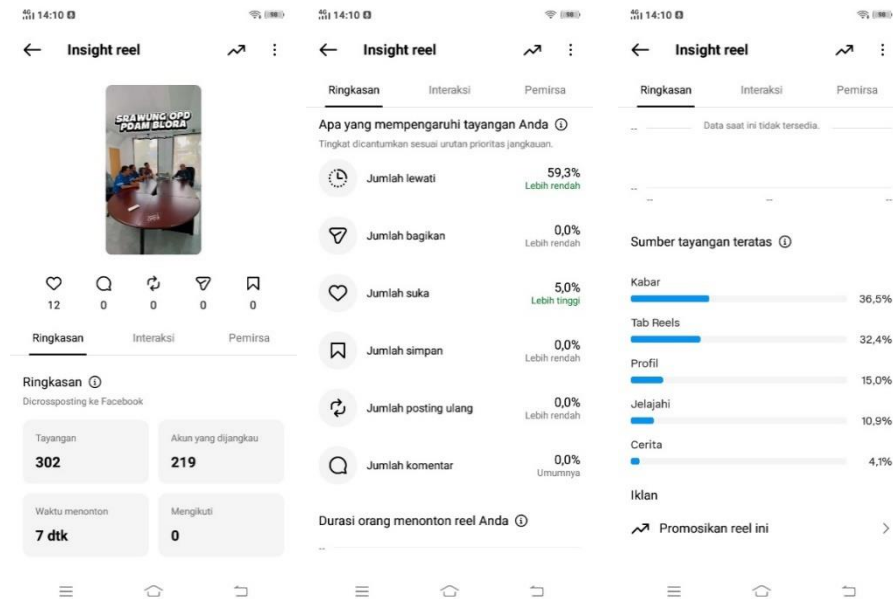
Berdasarkan hasil observasi terhadap konten nonkolaboratif yang diunggah pada periode tersebut, hanya ditemukan dua konten Reels nonkolaboratif. Kedua konten tersebut masih berupa cuplikan kegiatan siaran atau podcast yang kemudian dikemas dalam bentuk video pendek. Data Instagram Insights dari kedua konten tersebut disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1.3 Instagram Insights Konten Reels Nonkolaboratif

Sumber: Instagram Insights Radio Gagak Rimang

Berdasarkan data *Instagram Insights* pada Gambar 1.3, salah satu konten Reels nonkolaboratif yang telah diunggah mencatatkan 761 tayangan (*Plays*) dan menjangkau 451 akun (*Accounts Reached*). Perincian interaksi pada konten tersebut menunjukkan perolehan 18 suka, 0 komentar, 0 bagikan, 1 posting ulang, serta 0 simpan. Pemeriksaan pada kurva pertumbuhan tayangan menunjukkan peningkatan yang terhenti secara signifikan setelah hari pertama unggahan, dengan posisi grafik berada di bawah rata-rata capaian *Reels* akun @lpplgagakrimang (*Reel biasa Anda*). Selain itu, metrik perilaku pemirsa mencatat tingkat pengabaian (*Jumlah Lewati / Skip Rate*) sebesar 56,2% dengan rata-rata durasi menonton selama 5 detik. Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengabaian penonton pada konten tersebut tercatat sebesar 56,2% dengan rata-rata durasi menonton selama 5 detik. Data ini kemudian digunakan sebagai salah satu acuan kondisi awal (*baseline*) performa konten Reels nonkolaboratif.



Gambar 1.4 Instagram Insights Konten Reels Nonkolaboratif PDAM Blora
Sumber: Instagram Insights Radio Gagak Rimang

Sebagai sampel pembanding kedua, konten Reels nonkolaboratif mengenai PDAM Blora (Gambar 1.4) tercatat memperoleh 302 tayangan (*Plays*) dan menjangkau 219 akun (*Accounts Reached*). Berdasarkan kedua data tersebut, performa awal konten Reels nonkolaboratif menunjukkan bahwa jumlah akun yang berhasil dijangkau masih berada pada rentang 219–451 akun per konten. Selain itu, respons audiens pada kedua konten masih terbatas, terlihat dari jumlah suka yang masing-masing hanya mencapai 18 dan 12 suka serta belum terdapat komentar, bagikan, atau simpan pada konten pembanding kedua. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui Reels nonkolaboratif pada kondisi awal belum menghasilkan jangkauan dan respons audiens yang optimal berdasarkan indikator yang digunakan dalam Tugas Akhir ini. Data tersebut kemudian digunakan sebagai salah satu acuan kondisi awal (*baseline*) performa konten Reels nonkolaboratif pada akun @lpplgagakrimang.

Kebutuhan untuk memproduksi konten secara mandiri juga dikonfirmasi melalui temuan di lapangan. Hasil wawancara dengan Kepala Radio Gagak Rimang menunjukkan bahwa lembaga belum memiliki sumber daya manusia yang secara khusus menangani media sosial dan belum memproduksi konten Reels secara rutin.

Konten yang diunggah masih didominasi dokumentasi kegiatan, sementara pihak radio mengharapkan adanya konten yang lebih kreatif, mengikuti tren digital, serta mampu memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Kepala Radio Gagak Rimang menyebutkan sekitar 95% konten yang diunggah merupakan konten kolaboratif dan sekitar 5% merupakan konten nonkolaboratif.

Keterbatasan sumber daya manusia tersebut menjadi salah satu kondisi yang memengaruhi kemampuan Radio Gagak Rimang dalam memproduksi konten secara mandiri dan rutin. Namun, penyelesaian permasalahan sumber daya manusia secara struktural, seperti penambahan tenaga kerja, berada di luar ruang lingkup Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, intervensi yang dilakukan dalam proyek ini difokuskan pada pemanfaatan sumber daya yang tersedia melalui proses produksi konten Reels secara mandiri. Penulis terlibat dalam proses perencanaan, penyusunan Standard Sequence Guide (SSG), pengambilan gambar, hingga editing, serta melibatkan pihak Radio Gagak Rimang dalam proses produksi. Dengan demikian, proyek ini tidak dimaksudkan untuk menyelesaikan permasalahan sumber daya manusia secara keseluruhan, tetapi memberikan alternatif proses produksi konten nonkolaboratif dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

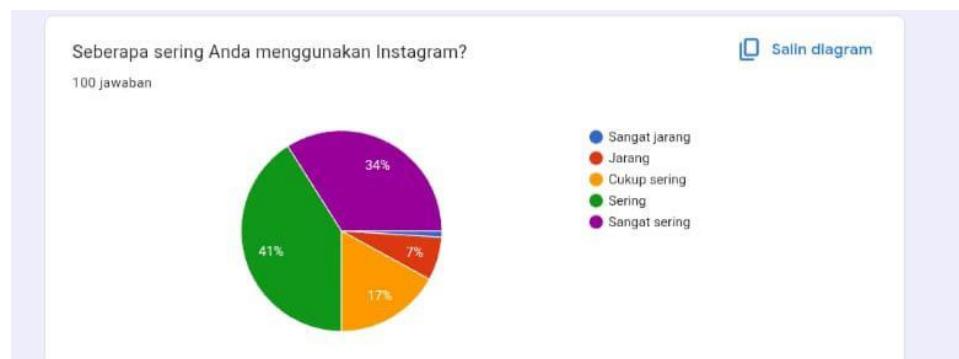
Kebutuhan produksi konten secara mandiri tersebut tidak hanya didasarkan pada kebutuhan internal instansi, melainkan juga sejalan dengan prinsip *Public Relations* dan pengelolaan media sosial organisasi. Dalam konteks *Public Relations*, media merupakan seluruh saluran komunikasi yang dimanfaatkan organisasi untuk menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan publik, serta membentuk citra organisasi (Iriantara, 2011). Jefkins (2016) menjelaskan bahwa pengelolaan fungsi *Public Relations* dapat dilakukan melalui *in-house PR department* (unit internal) maupun dengan memanfaatkan jasa dari pihak luar. Dalam pengelolaan media sosial organisasi, konsep tersebut dapat diterapkan melalui produksi konten secara mandiri (*in-house production*), yang memungkinkan praktisi memiliki kontrol terhadap penyampaian pesan, gaya komunikasi, serta konsistensi unggahan agar selaras dengan nilai dan karakteristik lembaga. Oleh karena itu, kondisi akun Instagram @lpplgagakrimang yang didominasi oleh konten kolaboratif perlu diimbangi dengan penguatan produksi

video Reels nonkolaboratif secara mandiri. Langkah ini penting dilakukan guna memperkuat *branding* lembaga penyiaran publik lokal serta mengoptimalkan jangkauan informasi secara terstruktur.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kebutuhan pengembangan konten pada akun Instagram @lpplgagakrimang, penulis melakukan kuesioner pra-proyek kepada 100 responden yang berdomisili di Kabupaten Blora. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria masyarakat pengguna aktif Instagram yang mengetahui atau pernah mengakses akun @lpplgagakrimang. Karakteristik demografi responden didominasi oleh kelompok usia produktif 17-22 tahun (74%) dan 23-30 tahun (11%). Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui Google Form yang dibagikan melalui media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram, selama periode Februari hingga Mei 2026.

Kuesioner dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi serta preferensi audiens terhadap bentuk penyajian konten pada akun Instagram Radio Gagak Rimang. Data yang diperoleh digunakan untuk mengidentifikasi kebiasaan audiens dalam menggunakan Instagram, persepsi terhadap konten yang telah diunggah, serta preferensi terhadap bentuk penyajian konten yang sesuai dengan karakteristik platform Instagram. Adapun hasil pengumpulan data tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Tingkat intensitas penggunaan Instagram oleh responden



Gambar 1.5 Diagram Tingkat Intensitas Penggunaan Instagram oleh Responden

Sumber: Data Primer, 2026

Sebagai langkah awal, penulis mengukur tingkat aktivitas audiens di platform Instagram untuk melihat sejauh mana peluang jangkauan informasi yang dapat dicapai. Berdasarkan hasil kuesioner pra-proyek terhadap 100 responden, ditemukan bahwa 44 responden menyatakan "Sering" dan 31 responden menyatakan "Sangat Sering" menggunakan Instagram dalam kesehariannya. Tingginya akumulasi angka penggunaan aktif yang mencapai 75% ini menunjukkan bahwa temuan tersebut Instagram memiliki potensi sebagai kanal penyampaian informasi kepada responden yang menjadi sasaran kuesioner. Namun, potensi besar ini belum mampu dimanfaatkan secara maksimal oleh Radio Gagak Rimang, sehingga diperlukan upaya optimalisasi pengelolaan akun agar pesan dan informasi publik dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada audiens yang sangat aktif tersebut.

2. Persepsi responden terhadap kebutuhan pengembangan konten Instagram @lpplgagakrimang



Gambar 1.6 Hasil Kuesioner Kebutuhan Pengembangan Konten Instagram

Sumber: Data Primer, 2026

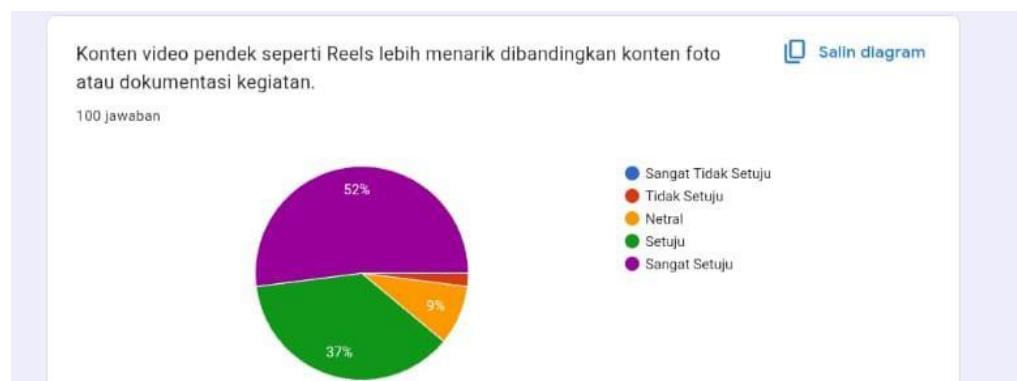
Penulis juga mengukur persepsi audiens mengenai kelayakan pengemasan konten eksisting guna mengidentifikasi urgensi perubahan tampilan informasi. Berdasarkan hasil survei pada Gambar 1.6, sebanyak 50 responden menyatakan "Sangat Setuju" dan 38 responden menyatakan "Setuju" bahwa konten Instagram Radio Gagak Rimang perlu dikembangkan agar lebih menarik. Tingginya akumulasi persentase yang mencapai 88% ini menandakan

adanya dorongan yang kuat dari audiens terhadap pembaharuan visual dan format penyampaian informasi.

Kondisi ini mengonfirmasi adanya kesenjangan (*gap*) antara penyajian konten eksisting yang masih bersifat monoton dengan ekspektasi visual audiens, sehingga perancangan konten yang lebih kreatif dan relevan menjadi kebutuhan yang sangat mendesak.

Kebutuhan pengembangan tersebut diperkuat oleh penilaian kritis audiens terhadap tampilan visual dan konsistensi konten eksisting. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa 57% responden menilai kualitas visual dan desain konten saat ini masih perlu ditingkatkan, serta 49% responden mengindikasikan bahwa unggahan konten belum berjalan secara teratur. Temuan ini mengonfirmasi adanya keterbatasan pengemasan visual pada konten terdahulu yang berdampak pada kurang maksimalnya tingkat ketertarikan audiens.

3. Preferensi responden terhadap konten reels dibandingkan konten foto atau dokumentasi kegiatan.



Gambar 1.7 Hasil Kuesioner Preferensi Konten Reels dan Foto/Dokumentasi

Sumber: Data Primer, 2026

Untuk menentukan format luaran yang paling efektif, penulis menggali preferensi audiens terkait bentuk penyajian informasi yang paling diminati. Dari 100 responden, sebanyak 52 responden menyatakan "Sangat Setuju" dan 37 responden menyatakan "Setuju" bahwa konten video pendek seperti *Reels* lebih menarik dibandingkan format foto atau dokumentasi kegiatan biasa. Dominasi

persentase sebesar 89% ini menunjukkan pergeseran tren konsumsi media masyarakat yang lebih menyukai konten audiovisual yang ringkas dan dinamis. Hasil temuan ini memberikan dasar rasional yang kuat bagi penulis untuk menetapkan produksi video *Reels* nonkolaboratif sebagai strategi utama dalam mengoptimalkan penyampaian informasi dan meningkatkan jangkauan akun @lpplgagakrimang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, pengelolaan akun Instagram @lpplgagakrimang menghadapi kendala dalam optimalisasi penyebaran informasi publik secara mandiri. Konten yang diunggah saat ini masih didominasi oleh unggahan kolaboratif (95%) serta dokumentasi kegiatan siaran biasa. Pihak Radio Gagak Rimang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk mengembangkan konten Instagram yang lebih beragam dan kreatif sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi pelaksanaannya masih terkendala oleh keterbatasan sumber daya manusia dan keahlian teknis dalam produksi media digital. Di sisi lain, data *Instagram Insights* pra-proyek menunjukkan bahwa dua konten *Reels* nonkolaboratif eksisting masing-masing memperoleh *Accounts Reached* sebesar 451 akun dan 219 akun. Kondisi tersebut menjadi salah satu acuan dalam pengembangan konten, terlebih hasil survei menunjukkan bahwa 89% audiens lebih menyukai penyampaian informasi berbasis video pendek *Reels*.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam penciptaan karya ini adalah bagaimana mengoptimalkan penyampaian informasi publik pada akun Instagram @lpplgagakrimang melalui produksi video *Reels* Instagram nonkolaboratif guna meningkatkan jangkauan informasi yang diukur melalui metrik *Accounts Reached* pada *Instagram Insights*?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari pembuatan karya ini adalah mengoptimalkan konten Instagram @lpplgagakrimang melalui produksi video *Reels* Instagram nonkolaboratif yang kreatif, informatif, dan sesuai dengan

preferensi audiens guna meningkatkan jangkauan informasi pada akun Instagram @lpplgagakrimang. Selain itu, proses penciptaan karya ini diharapkan dapat memberikan pemahaman praktis kepada pihak Radio Gagak Rimang mengenai tahapan perencanaan dan produksi konten Reels, melalui keterlibatan dalam penyusunan SSG, proses shooting, hingga editing.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya mengenai optimalisasi konten Instagram melalui produksi video Reels nonkolaboratif pada lembaga penyiaran publik lokal.
- b. Memperkaya referensi ilmiah mengenai proses produksi konten Reels Instagram sebagai strategi penyampaian informasi digital yang lebih efektif.
- c. Menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya dalam mengembangkan karya sejenis yang berkaitan dengan produksi konten media sosial dan peningkatan jangkauan informasi.

1.4.2 Bagi Radio Gagak Rimang

- a. Memberikan alternatif pengembangan konten Instagram melalui produksi video Reels nonkolaboratif yang kreatif, informatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens.
- b. Menyediakan contoh (best practice) produksi konten Reels yang dapat dijadikan referensi oleh pengelola akun maupun mahasiswa magang dalam mengembangkan konten Instagram secara mandiri.
- c. Mendukung optimalisasi penyebaran informasi kepada masyarakat melalui peningkatan jangkauan informasi pada akun Instagram @lpplgagakrimang.

1.4.3 Bagi Masyarakat

- a. Memberikan informasi publik melalui format video Reels yang lebih menarik, ringkas, dan mudah dipahami.

- b. Mempermudah masyarakat Kabupaten Blora dalam memperoleh informasi mengenai program, layanan, dan aktivitas Radio Gagak Rimang melalui Instagram.
- c. Mendukung penyebaran informasi publik yang lebih luas melalui pemanfaatan media sosial Instagram.

1.5 Luaran

Luaran tugas akhir ini berupa 10 video Reels Instagram nonkolaboratif yang diunggah pada akun Instagram @lpplgagakrimang. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk mengoptimalkan penyajian informasi melalui format Reels sehingga mampu meningkatkan jangkauan informasi. Selain sebagai luaran karya, video yang diproduksi diharapkan dapat memberikan pemahaman praktis kepada pihak Radio Gagak Rimang mengenai tahapan perencanaan dan produksi konten Reels, melalui keterlibatan dalam penyusunan SSG, proses shooting, hingga editing.