

BAB IV

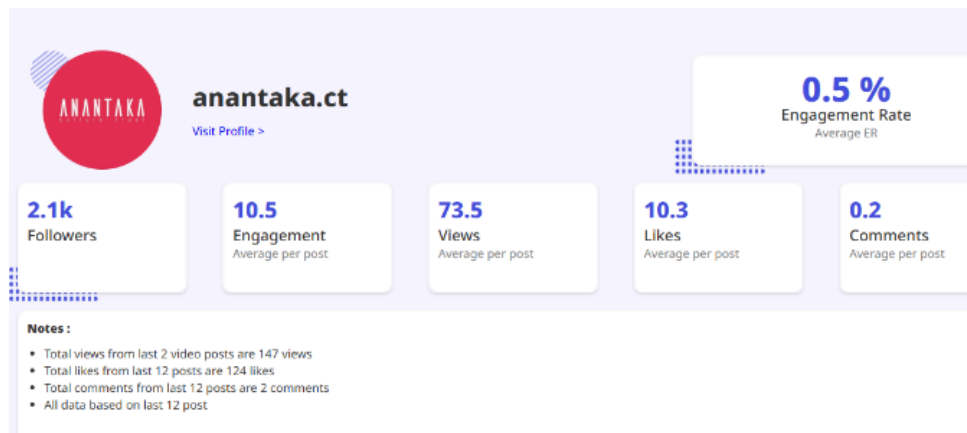
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Yayasan Anantaka Cultural Trust merupakan *Non Government Organization* (NGO) yang didirikan pada tahun 2017 dan bergerak dalam mendukung isu pendidikan, sosial dan kebudayaan yang selalu berupaya untuk membuka ruang interaksi, ruang belajar, ruang pertukaran budaya dengan menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga, organisasi, komunitas dan masyarakat luas serta mempunyai visi untuk memberikan peran aktifnya melalui berbagai program sosial yang menasar aspek pendidikan, kesejahteraan dan pembangunan karakter anak.

Namun, berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa akun Instagram Yayasan Anantaka @anantaka.ct memiliki tingkat keterlibatan (*engagement rate*) yang paling rendah dibanding akun Instagram lainnya yakni sebesar 0,50%. Angka tersebut termasuk rendah untuk akun instagram sebuah organisasi yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 2000 lebih pengikut yang seharusnya mempunyai lebih banyak peluang untuk mendapatkan *likes*, komentar dan berbagi di setiap postingannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Tim Sosial Media Yayasan Anantaka pada Kamis, 08 Mei 2025 secara langsung, Jundy mengatakan bahwa selama ini konten yang dibuat hanya saat event berlangsung saja tanpa adanya strategi atau perencanaan konten tertentu. Hal tersebut yang menyebabkan kurangnya keterlibatan audiens dengan konten-konten yang dibuat. Gambar di bawah ini diambil pada tanggal 22 April 2025 yang menunjukkan bahwa akun instagram Yayasan Anantaka memperoleh *engagement rate* dengan jumlah 0,5%



Gambar 4. 1 Engagement Rate pada 22 April 2025

4.2 Analisis Masalah

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, ditemukan bahwa akun instagram @anantaka.ct kurang konsisten dalam memposting konten. Melalui analisis yang lebih mendalam, dapat diketahui bahwa tingkat *engagement rate* akun tersebut hanya mencapai 0,50%. Hasil tersebut juga dibandingkan dengan akun instagram NGO yang bergerak dibidang yang sama di Kota Semarang, menunjukkan bahwa *engagement rate* Yayasan Anantaka Cultural Trust lebih rendah diantara akun NGO yang lainnya. Selain itu, penulis melakukan wawancara langsung dengan Tim Social Media Yayasan Anantaka, yaitu Jundy, yang menyampaikan bahwa selama ini konten yang dipublikasikan hanya pada saat kegiatan atau acara berlangsung, tanpa adanya strategi atau perencanaan konten yang lebih terstruktur.

4.3 Perencanaan Implementasi Strategi *Public Relations*

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dibutuhkan strategi public relations yang tidak hanya membutuhkan ide yang kreatif, tetapi juga perencanaan yang matang agar dapat dijalankan secara efektif yang tentunya relevan dengan audiens Yayasan Anantaka Cultural Trust. Berikut langkah-langkah yang dilakukan penulis yang dijelaskan di bawah ini.

4.3.1 Pembuatan Tema Konten

Dalam upaya meningkatkan engagement rate pada akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust diperlukan perencanaan konten yang

disusun secara strategis dengan membagi kedalam empat pilar yang terdiri dari edukasi, hiburan, promosi dan informasi. Penerapan content pillar pada media sosial Yayasan Anantaka bertujuan untuk menciptakan konten yang lebih terarah dan konsisten, khususnya dalam memperkuat branding dan menjangkau lebih banyak audiens melalui platform Instagram.

Tabel 4. 1 Perencanaan Tema Konten

Content Pillar	Strategi Pesan	Jenis Konten
Edukasi	Memberikan informasi yang membangun pemahaman audiens tentang penjelasan mengenai anak dari kelompok rentan	- Carousel “Apa Itu Anak dari Kelompok Rentan? Kenapa Mereka Perlu Perhatian Khusus?”
Informasi	Mengenalkan Yayasan Anantaka sebagai lembaga yang bergerak di bidang pendidikan dan sosial.	- Carousel “Bentuk donasi yang diterima Anantaka” - Reels “Cara bergabung menjadi bagian dari Anantaka”
Hiburan	Menghibur sekaligus mengajak audiens berinteraksi aktif dengan akun yayasan	- Feeds “Games Temukan kata bareng Anantaka”
Promosi	Mengajak audiens terlibat langsung dalam kegiatan sosial yayasan melalui donasi, relawan, atau kolaborasi	- Reels mengenai kegiatan di wilayah dampingan

4.3.2 Pembuatan Panduan Publikasi

Rendahnya *engagement rate* pada akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust, diperlukan adanya panduan publikasi konten yang lebih terencana dan konsisten. Panduan tersebut mengacu pada jenis konten, seperti feeds, reels maupun carousels, yang tentunya masing-masing memiliki daya tarik serta peran tersendiri dalam mempertahankan perhatian pengikut sekaligus meningkatkan interaksi audiens.

Tabel 4. 2 Perencanaan Panduan Publikasi

Hari	Waktu Publikasi	Jumlah Konten
Senin	-	-
Selasa	10.00-15.00 WIB	1 Konten
Rabu	10.00-15.00 WIB	1 Konten
Kamis	-	-
Jumat	10.00-15.00 WIB	1 Konten
Sabtu	-	-
Minggu	-	-

4.3.3 Penyusunan Target Keberhasilan

Setelah penerapan strategi public relations yang disusun secara lebih terencana dan tersusun, terjadi adanya peningkatan pada *engagement rate* akun Instagram Yayasan Anantaka. Sebelum strategi dijalankan, *engagement rate* tercatat sebesar 0,50% dan dalam kurun waktu satu bulan setelah strategi tersebut di implementasikan, angka tersebut naik menjadi 1,40%. Kenaikan ini menunjukkan efektivitas strategi yang dilaksanakan, yang meliputi:

1. **Kenaikan Likes dan Komentar:** Terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada jumlah likes serta komentar di setiap unggahan, yang menunjukkan bahwa konten mampu menarik minat sekaligus mendapatkan respon positif dari audiens.

2. **Konten yang Konsisten dan Menarik:** Pembuatan konten yang disajikan secara konsisten dan sesuai dapat meningkatkan ketertarikan audiens dan hal tersebut efektif dalam mendorong peningkatan *engagement*.

Capaian tersebut membuktikan bahwa penerapan strategi public relations mampu meningkatkan engagement rate secara efektif, yakni dari 0,50% menjadi 1,40% hanya dalam kurun waktu satu bulan. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan interaksi audiens terhadap konten yang diunggah, baik melalui likes, komentar, maupun shares, yang menandakan bahwa pesan yang disampaikan berhasil menarik perhatian dan mendorong partisipasi publik secara lebih aktif. Hasil tersebut juga sejalan dengan target peningkatan *engagement rate* yang telah ditetapkan sebelumnya.

4.4 Pelaksanaan Implementasi Strategi *Public Relations*

Dalam mengimplementasikan strategi public relations untuk meningkatkan *engagement rate* akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust dimulai dengan perancangan strategi publikasi konten yang terencana sekaligus bervariasi. Setiap konten yang ditampilkan atau diunggah menyesuaikan dengan karakter atau identitas dan nilai dari yayasan dengan menentukan tema, visual serta keterkaitan dengan audiens.

4.4.1 Implementasi SSG Dalam Produksi Konten

Pada penerapan strategi memanfaatkan Standard Sequence Guide (SSG) sebagai pedoman pokok dalam proses produksi konten. Dalam penerapannya, terdapat sejumlah penyesuaian yang dilakukan agar konten sesuai dengan intruksi klien serta kondisi di lapangan. Penyesuaian tersebut dicantumkan melalui tabel yang berisi kolom Perubahan, Rancangan, dan Hasil, sehingga perbandingan antara rencana awal dengan hasil produksi dapat diamati secara jelas. Oleh karena itu, penerapan SSG ini berfungsi sebagai panduan produksi untuk menghasilkan konten dalam meningkatkan

engagement rate akun Instagram Yayasan Anantaka. Tabel implementasi SSG dapat dilihat pada bagian berikut.

Tabel 4. 3 Implementasi SSG Dalam Produksi Konten

No	Perubahan	Rancangan	Hasil
1	Judul Konten	Tata Cara Kolaborasi Bareng Yayasan Anantaka	5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka
	Slide 1	Punya ide kolaborasi yang bisa berdampak? Yuk, kolaborasi bareng Yayasan Anantaka!	Kami sangat terbuka untuk berbagai bentuk kolaborasi, seperti:
	Slide 3 (CTA)	Kami percaya kolaborasi bisa membuka lebih banyak harapan. Yuk, kirimkan ide terbaikmu	Melalui kolaborasi Kita bisa tumbuhkan sejuta harapan! Enaknya collab apa ya sama Anantaka? Tulis ide cemerlangmu di kolom komentar!
2	Judul Konten	Bentuk donasi yang diterima Anantaka	Mau ikutan donasi? Liat beberapa opsi yang bisa kamu lakuin!
	Slide 2	Berikut bentuk donasi yang bisa kamu berikan untuk mendukung program Yayasan Anantaka:	Ragam jenis Donasi yang Anantaka bisa bantu salurkan untuk kawan yang membutuhkan!
	Slide 4 (CTA)	Ingin berdonasi? Hubungi kami di:	Udah kepikiran

		anantakact@gmail.com	pengen donasiin apa? Coba Tulis dikolom komentar
3	Judul Konten	Apa Itu Anak dari Kelompok Rentan? Kenapa Mereka Perlu Perhatian Khusus	
	Slide 1	Ternyata tidak semua anak tumbuh dalam kondisi yang ideal. Ada yang disebut sebagai anak dari kelompok rentan. Ini penjelasannya!	Setiap anak pasti memiliki cita-cita, tapi ternyata tidak semua anak tumbuh dalam kondisi yang ideal. Ada yang disebut sebagai anak dari kelompok rentan. Ini penjelasannya!
4	Judul Konten	Momen Belajar Anak-Anak di Wilayah dampingan.	
	Scene 1	Halo Sahabat Anantaka, sekarang aku lagi di salah satu wilayah dampingan, tepatnya di SDN Gunungsari 03, Mari kita lihat gimana sih aktivitas belajar adik-adik disini..	Halo Sahabat Anantaka, sekarang aku lagi di salah satu wilayah dampingan, tepatnya di Pondok Boro, Mari kita lihat gimana sih aktivitas adik-adik disini..
	Durasi Video	70 detik	50 detik
	Closing	Medium Shoot 1 talent berbicara	Voice Over by Talent

5	Judul Konten	Tanya Seputar Impian dan Cita-Cita bareng adik-adik wilayah dampingan	
	Scene	Cuplikan 3 talent menjawab pertanyaan satu per satu	Cuplikan 2 talent menjawab pertanyaan satu per satu
	Scene Closing	Cuplikan kegiatan mereka dan footage anak-anak melambaikan tangan ke kamera	Cuplikan kegiatan mereka dan footage video anak-anak
6	Judul Konten	Cara bergabung menjadi bagian dari Anantaka	
	Scene 3	“Ketiga, tinggal isi formulir pendaftaran, gampang banget kok!”	“Nah yang Ketiga, kalian bisa mengirim CV dan Portofolio melalui DM Instagram.
	Durasi Video	100 detik	65 detik
7	Judul Konten	Intip Kegiatan di Wilayah Dampingan	
	Scene 1	Hallo Sahabat Anantaka, Hari ini special banget nih, karena kita lagi ngerayain Hari Anak Nasional di salah satu wilayah dampingan, kira-kira bakal ngapain aja ya kegiatan nya? Yuk, Ikutin kita terus...	Hallo Sahabat Anantaka, Hari ini special banget nih, karena kita lagi ngerayain Hari Kemerdekaan di salah satu wilayah dampingan, kira-kira bakal ngapain aja ya kegiatan nya? Yuk, Ikutin kita terus...

	Closing	Scene statement dari salah satu pengurus Yayasan Anantaka mengenai kegiatan Hari Anak Nasional 2025	Mau tau kegiatan di wilayah dampingan yang lainnya? jangan lupa follow Instagram Anantaka @anantaka.ct untuk jadi lebih tau dampak positif yang kita ciptakan. Byeeee
	Durasi Video	105 detik	85 detik

4.4.2 Publikasi Konten

Publikasi konten merupakan tahapan penting dalam mengimplementasikan strategi public relations yang telah disusun. Pada proses ini konten yang telah disusun dapat disampaikan secara lebih terarah dan konsisten kepada audiens dan juga sebagai upaya meningkatkan engagement rate pada akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust.

Selain itu, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi untuk meningkatkan *engagement rate* akun Instagram @anantaka.ct yaitu, pembuatan konten yang memiliki identitas atau karakter yayasan, isi konten yang selaras dengan target audiens yayasan dengan bentuk dan format yang informatif dan kreatif, serta konsisten dalam memposting konten dan melakukan interaksi kepada audiens.

Melalui pembuatan konten yang memiliki identitas yang khas, relevan dengan kebutuhan audiens serta konsisten dalam proses publikasi, strategi public relations yang diimplementasikan pada akun Instagram Yayasan Anantaka dapat meningkatkan *engagement rate* pada akun tersebut. Adapun konten yang telah dipublikasikan oleh penulis dapat dilihat melalui tautan pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 4 Publikasi Konten

No	Judul Konten	Waktu Publikasi	Link Konten	Hari dan Tanggal Publikasi
1	5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka	Sore (15.00)	https://www.instagram.com/p/DNiE6E9BG8v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Selasa, 19 Agustus
2	Temukan Kata Bareng Anantaka	Sore (16.00)	https://www.instagram.com/p/DNkjdHrhejX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Rabu, 20 Agustus
3	Tak Kenal Maka Tak Sayang: Edisi Relawan Anantaka	Siang (14.00)	https://www.instagram.com/reel/DNp11uHB1R5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Jum'at, 22 Agustus
4	Starterpack Relawan Edition	Sore (15.00)	https://www.instagram.com/p/DN0BXw5wr36/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Selasa, 26 Agustus
5	Mau ikutan donasi? Liat beberapa opsi yang bisa kamu lakuin!	Pagi (10.00)	https://www.instagram.com/p/DN2mVrBwq9a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Rabu, 27 Agustus

6	Apa itu Anak dari Kelompok Rentan?	Siang (14.00)	https://www.instagram.com/p/DN7uaUAEgUA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Jum'at, 29 Agustus
7	Kenal Lebih Dekat Program Jaring Mimpi	Pagi (10.00)	https://www.instagram.com/p/DOH3U6sCeJL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Selasa, 2 September
8	Tanya Impian dan Cita-Cita Anak-Anak Dampungan	Sore (15.00)	https://www.instagram.com/reel/DOLiN5tARwv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Rabu, 3 September
9	Cara Join Anantaka	Pagi (10.00)	https://www.instagram.com/reel/DONRIOLATQT/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA=	Jum'at, 5 September
10	Kegiatan Konferensi Anak Kota Semarang	Pagi (10.00)	https://www.instagram.com/reel/DOVAHjHgZG2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Selasa, 8 September
11	Momen Belajar di Wilayah Dampungan	Sore (15.30)	https://www.instagram.com/reel/DOahj0ZAQA7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Rabu, 10 September

12	Intip Kegiatan di Wilayah Dampungan	Siang (13.00)	https://www.instagram.com/reel/DOffNsmAZGu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==	Jum'at, 12 September
----	-------------------------------------	---------------	---	----------------------

Dalam strategi yang diterapkan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keterlibatan audiens adalah ketepatan waktu publikasi konten, pemilihan waktu yang sesuai juga berpengaruh terhadap interaksi audiens yang diperoleh, konten yang diunggah dilakukan antara pukul 10.00 pagi hingga 15.00 sore serta dijadwalkan pada hari Selasa, Rabu dan Jumat.

Pemilihan jadwal ini disesuaikan dengan temuan bahwa jika dilihat dari waktu posting terbaik berdasarkan kategori bisnis, untuk organisasi nonprofit di hari Selasa, Rabu dan Jumat (Dealls.com, 2025). Meskipun jadwal unggahan telah ditetapkan antara pukul 10.00 pagi hingga 15.00 sore pada hari Selasa, Rabu, dan Jumat, terdapat beberapa konten yang diunggah di luar waktu tersebut. Hal ini disebabkan oleh adanya penyesuaian terhadap kondisi lapangan serta proses review dari pihak klien sebelum konten dipublikasikan.

Proses review ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa setiap unggahan telah sesuai dengan standar komunikasi, pesan, dan nilai yang ingin disampaikan oleh Yayasan Anantaka. Dengan demikian, keterlambatan waktu unggah bukan disebabkan oleh ketidakteraturan, melainkan merupakan bentuk kontrol kualitas agar setiap konten yang ditampilkan tetap konsisten, relevan, dan sesuai dengan tujuan strategi public relations yang telah direncanakan.

4.5 Evaluasi Implementasi Strategi *Public Relations*

Evaluasi terhadap penerapan strategi public relations dalam upaya meningkatkan engagement rate akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust merupakan tahapan penting untuk mengetahui sejauh mana efektivitas langkah yang telah dijalankan. Pada bagian ini dilakukan perhitungan engagement rate setelah strategi tersebut diterapkan selama satu bulan dan melakukan analisis pada setiap konten yang dipublikasikan setiap minggunya.

4.5.1 Evaluasi Engagement Rate

Engagement Rate merupakan metrik standar yang digunakan dalam pemasaran media sosial untuk mengukur kinerja suatu konten di platform media sosial, terutama di Instagram dan Facebook (Egan & Reiga, 2021). *Engagement rate* juga dapat berfungsi sebagai alat untuk memahami keinginan audiens berdasarkan jumlah interaksi mereka dengan berbagai konten tertentu.

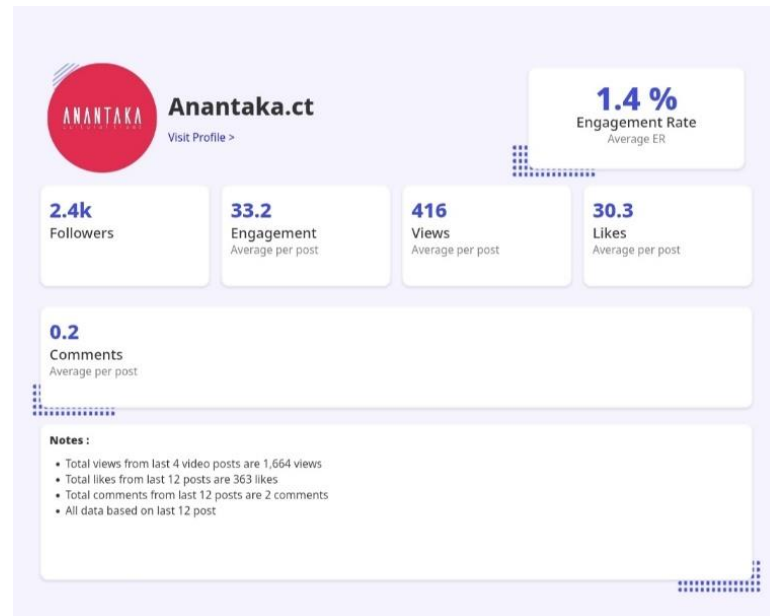
Sebelum menerapkan strategi public relations, melalui website www.slice.id sebagai tools *Instagram Engagement Calculator* engagement rate pada akun Instagram tercatat sebesar 0,50% yang menunjukkan rendahnya interaksi audiens terhadap konten Instagram Yayasan Anantaka. Namun, pasca strategi dijalankan, engagement rate menunjukkan adanya peningkatan secara bertahap di tiap minggunya hingga dapat mencapai target yang telah ditentukan.

Strategi ini dilaksanakan selama 4 minggu dan terbukti mampu meningkatkan engagement rate sebesar 0,90% dengan kenaikan yang cukup setiap minggunya. Adanya peningkatan dari 0,50% menjadi 1,40% membuktikan bahwa strategi yang diterapkan mampu meningkatkan interaksi audiens terhadap konten Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust. Rincian perkembangan *engagement rate* setiap minggunya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 5 Kenaikan Engagement Rate

Minggu	Engagement Rate Sebelum Penerapan Strategi	Engagement Rate Sesudah Penerapan Strategi	Peningkatan ER
Minggu 1	0,50% (22 April 2025)	0,71% (22 Agustus 2025)	+0,21%
Minggu 2	0,71% (22 Agustus 2025)	0,86% (29 Agustus 2025)	+0,15%
Minggu 3	0,86% (29 Agustus 2025)	1,19% (05 September 2025)	+0,33%

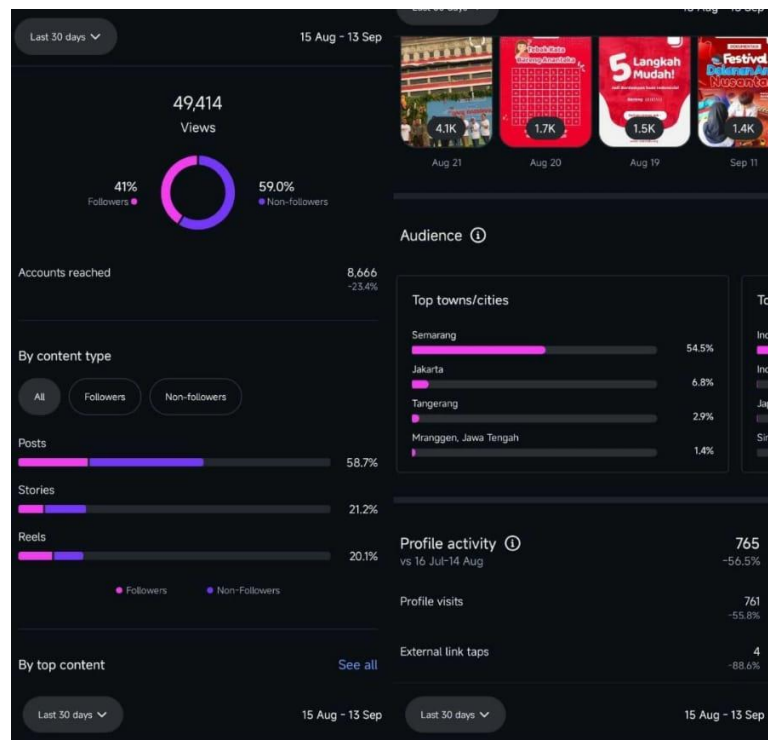
Minggu 4	1,19% (05 September 2025)	1,40% (12 September 2025)	+0,22%
----------	--------------------------------	--------------------------------	--------



Gambar 4. 2 Engagement Rate Sesudah Implementasi (13 September 2025)

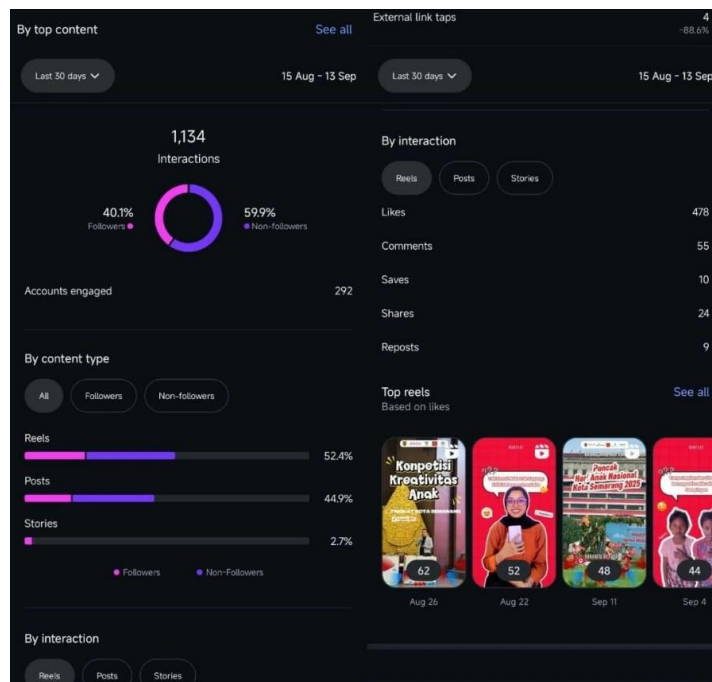
4.5.2 Analisis Insights

Setelah melalui tahap publikasi konten, langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis terhadap insights. Analisis ini berfungsi untuk memahami sejauh mana efektivitas konten yang telah dipublikasikan dan juga mengetahui tingkat interaksi serta keberhasilan strategi public relations yang telah diterapkan pada akun Instagram @anantaka.ct dalam waktu satu bulan. Penulis melakukan analisis lebih rinci dan memperoleh hasil seperti yang tertera di bawah ini.



Gambar 4. 3 *Insight Akun Instagram berdasarkan views*

Selama periode penerapan strategi public relations pada tanggal 19 Agustus 2025 hingga 12 September 2025, akun Instagram Yayasan Anantaka (@anantaka.ct) menunjukkan capaian yang cukup baik dalam hal keterlibatan audiens. Insight akun instagram berdasarkan views 49.414 tayangan, dari total tayangan tersebut mayoritas berasal dari non followers. Selain itu, jenis konten yang menunjukkan banyak views yaitu berupa postingan, diikuti oleh stories dan reels. Hal ini menunjukkan bahwa postingan masih menjadi konten yang dapat menarik perhatian audiens, meskipun konten reels dan stories tetap berperan penting dalam meningkatkan engagement akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust.



Gambar 4. 4 *Insight Akun Instagram berdasarkan interaksi*

Berbeda dengan insight berdasarkan jumlah views, insight akun Instagram berdasarkan jumlah interaksi mencatat total 1.134 interaksi dengan jumlah akun terlibat aktif (account engaged) tercatat sebanyak 292 akun. Jika dilihat berdasarkan jenis konten, reels yang mendominasi dengan mendapatkan lebih banyak interaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten berbentuk video pendek (reels) lebih efektif dalam membangun engagement dibandingkan jenis konten lainnya, meskipun postingan jenis carousels juga tetap memberikan kontribusi dalam meningkatkan engagement.

4.5.3 Analisis Hasil Publikasi Konten

Pada bagian ini memuat analisis mendalam mengenai hasil publikasi konten yang mengacu pada interaksi pengguna terhadap konten-konten yang telah diunggah pada akun Instagram @anantaka.ct selama satu bulan pelaksanaan strategi yang telah disusun pada bab sebelumnya. Dalam menganalisis efektivitas konten visual di media sosial, penulis dapat menilai bagaimana setiap format konten berperan dalam meningkatkan engagement

serta kinerja keseluruhan akun. Analisis yang dilakukan ini meliputi interaksi audiens dengan berbagai jenis konten, seperti reels, single post dan caraousel, sehingga dapat memberikan gambaran lebih mendalam mengenai preferensi audiens serta efektivitas setiap konten.

Dalam waktu satu bulan strategi diterapkan, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan interaksi pada setiap konten, format konten yang banyak mendapatkan interaksi oleh audiens yaitu dalam bentuk reels dan caraousel. Konten reels yang menampilkan video singkat yang dapat menarik perhatian audiens untuk berinteraksi pada konten yang diunggah dan konten caraousel berupa unggahan dengan beberapa slide informasi yang dapat memberikan ruang lebih luas untuk menyampaikan informasi secara lebih detail dan berurutan.

Berikut ini merupakan tabel mengenai interaksi pada konten yang telah diunggah selama satu bulan dan berhasil mencapai target engagement rate yang telah ditetapkan.

Tabel 4. 6 Analisis Hasil Publikasi Konten 4 Minggu

Minggu	Judul Konten	Fitur Konten	Like	Comment	Saved	Share
Minggu 1	5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka	Caraousel	64	35	5	20
	Temukan Kata Bareng Anantaka	Single Post	46	19	2	1
	Tak Kenal Maka Tak Sayang: Edisi Relawan Anantaka	Reels	52	11	3	1

Minggu 2	Starterpack Relawan Edition	Single Post	27	13	2	1
	Bentuk Donasi Anantaka	Caraousel	35	4	2	3
	Cara Join Anantaka	Reels	36	8	1	2
Minggu 3	Kenal Lebih Dekat Program Jaring Mimpi	Caraousel	45	16	3	5
	Tanya Impian dan Cita-Cita Anak-Anak Dampingan	Reels	44	14	1	2
	Apa itu Anak dari Kelompok Rentan?	Caraousel	34	8	2	2
Minggu 4	Kegiatan Konferensi Anak Kota Semarang	Reels	15	0	2	0
	Momen Belajar di Wilayah Dampingan	Reels	37	9	1	1
	Intip Kegiatan di Wilayah Dampingan	Reels	25	10	2	12

Pada project Tugas Akhir ini penulis membuat 12 konten dengan tema dan jenis konten yang berbeda. Dari 12 konten yang di produksi, konten dengan judul “5 Langkah Mudah Jadi Berdampak buat Indonesia bareng Anantaka” dengan format konten caraousel ini berhasil meraih

interaksi tertinggi, yaitu 64 likes, 35 komentar, 5 kali disimpan, dan 20 kali dibagikan. Tingginya angka interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten mampu menarik perhatian audiens baik secara visual maupun informasi yang disampaikan.

Selain itu, tema yang diangkat—yakni “5 Langkah Mudah Jadi Berdampak buat Indonesia bareng Anantaka” bersifat inspiratif dan relevan dengan semangat sosial yang dimiliki target audiens Yayasan Anantaka, yang mayoritas memiliki minat terhadap isu kerelawanan dan perubahan sosial, dengan capaian tersebut menunjukkan bahwa adanya ketertarikan audiens pada konten tersebut untuk ikut berkontribusi bersama Yayasan Anantaka.



Gambar 4. 5 Komentar pada postingan 5 Langkah Mudah Jadi Berdampak buat Indonesia bareng Anantaka

Pada unggahan dengan tema “5 Langkah Mudah Jadi Berdampak buat Indonesia bareng Anantaka”, muncul sejumlah komentar positif dari audiens yang menunjukkan adanya ketertarikan terhadap kolaborasi. Salah satu komentar dari akun @diaansfzh menyampaikan, “Makasih infonya min, bisa nih kolab acara bareng sosmas kampus”.

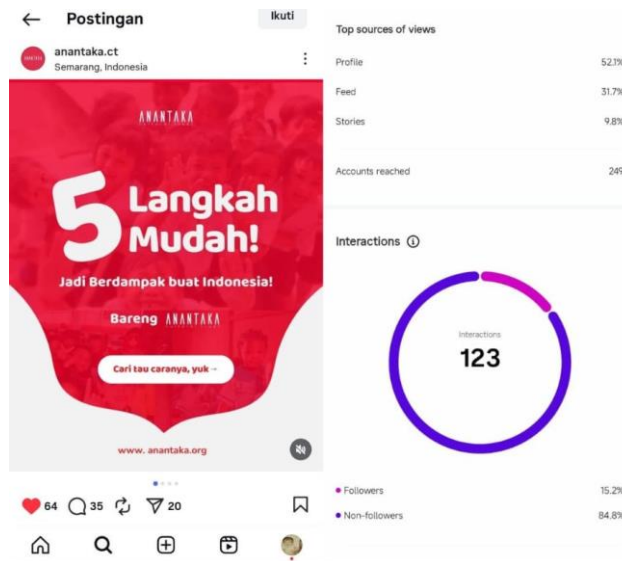
Komentar tersebut menggambarkan bahwa audiens tidak hanya menanggapi konten secara pasif, tetapi juga menunjukkan *engagement* aktif berupa minat untuk bekerja sama. Respon semacam ini menandakan bahwa

pesan yang disampaikan dalam konten berhasil menumbuhkan rasa keterlibatan sosial serta memunculkan potensi jejaring kolaboratif antara Anantaka dan komunitas kampus.

4.5.4 Analisis Hasil Berdasarkan Tema dan Fitur Konten

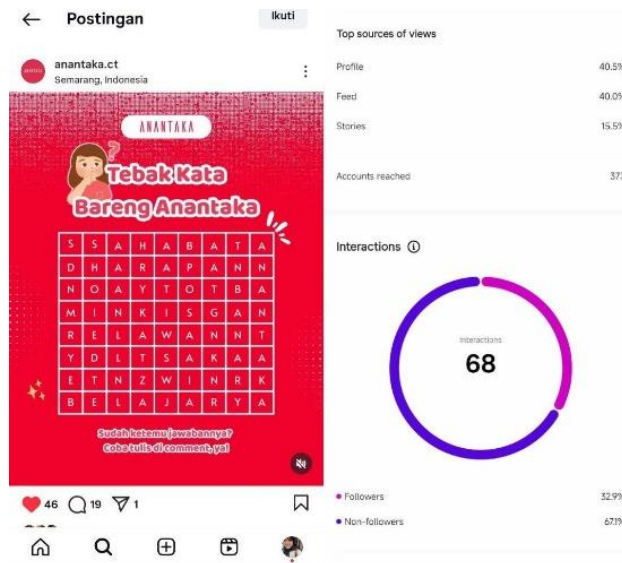
Konten yang telah dirancang pada bab sebelumnya kemudian diproduksi berdasarkan tema serta format yang telah ditetapkan. Setelah melalui proses publikasi konten, penulis melakukan analisis untuk mengidentifikasi tema dan format konten yang lebih diminati serta relevan oleh audiens. Tema konten disusun berdasarkan *content pillar* yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yang meliputi informasi, edukasi, hiburan dan promosi, content pillar tersebut ada dalam beberapa format konten yaitu video pendek (reels), carousels dan single post. Konten yang dipublikasikan selama satu bulan di setiap minggunya dilakukan secara konsisten untuk mengoptimalkan penerapan strategi dan dapat meningkatkan interaksi atau engagement rate pada akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust.

Berdasarkan hasil publikasi konten, dapat diketahui bahwa konten dengan tema Informasi memperoleh tingkat interaksi yang cukup tinggi dari audiens. Hal ini terlihat pada konten dengan judul “5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka” konten tersebut berhasil menarik perhatian audiens yang tercermin melalui jumlah like dan interaksi lainnya. Selain itu, konten dengan tema hiburan dengan judul “Tak Kenal Maka Tak Sayang: Edisi Relawan Anantaka” dengan format konten reels juga menunjukkan performa yang cukup baik dengan mendapatkan respons melalui jumlah views, like dan interaksi lainnya yang cukup tinggi.



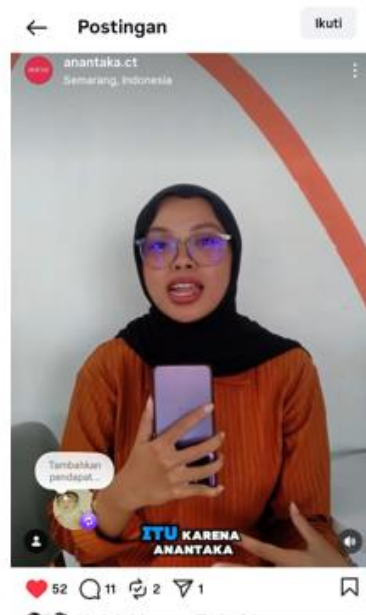
Gambar 4. 6 *Konten dan Insight Konten 5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka*

Konten caracousel diatas yang berjudul “5 Langkah Mudah jadi berdampak buat Indonesia bareng Anantaka” merupakan konten yang memberikan informasi mengenai bentuk kolaborasi yang diterima Yayasan Anantaka Cultural Trust serta langkah-langkah untuk mengajukan atau berkolaborasi dengan Yayasan Anantaka Cultural Trust menunjukkan performa yang cukup baik dalam menarik keterlibatan audiens. Konten ini memperoleh 1,311 views, 64 likes, 35 komentar, 20 kali dibagikan (share), serta 5 kali disimpan (save). Selain itu, jumlah *account engaged* mencapai 68 *account engaged*, yang membuktikan adanya interaksi dari audiens terhadap konten yang diunggah. Hasil ini juga menunjukkan bahwa audiens memiliki ketertarikan terhadap konten tentang langkah-langkah kolaborasi serta mewujudkan dampak positif bersama Yayasan Anantaka Cultural Trust.



Gambar 4. 7 *Konten dan Insight Konten Tebak Kata Bareng Anantaka*

Konten interaktif dengan tema hiburan yang berjudul “Tebak Kata Bareng Anantaka” memperoleh capaian yang cukup baik dari audiens. Berdasarkan hasil publikasi, konten ini mendapatkan 1,486 *views* dengan 46 *likes*, 19 komentar, 1 kali dibagikan (*share*), serta 2 kali disimpan (*save*) dan jumlah *account engaged* sebanyak 47 *account engaged*. Capaian interaksi secara keseluruhan menunjukkan adanya respon positif audiens terhadap konsep konten yang sederhana namun menarik. Secara keseluruhan konten “Tebak Kata bareng Anantaka” memperlihatkan bahwa konten interaktif dapat menjadi strategi untuk meningkatkan engagement. Dengan melibatkan audiens secara langsung, konten yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memperkuat kedekatan yayasan dengan pengikutnya.



Gambar 4. 8 *Konten dan Insight Konten Tak Kenal Maka Tak Sayang: Edisi Relawan Anantaka*

Konten dengan format reels yang berjudul “Tak Kenal Maka Tak Sayang: Edisi Relawan Anantaka” berhasil memperoleh interaksi yang cukup baik dari audiens, konten ini berhasil mencapai 694 views, dengan 52 likes, 11 komentar, 1 kali dibagikan (share), serta 3 kali disimpan (save) dengan jumlah *account engaged* sebanyak 51 *account engaged*. Sebagai konten dengan format video singkat, reels tersebut efektif dalam menghadirkan nuansa yang lebih dekat dan personal melalui pengenalan relawan Anantaka dan hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan format reels dapat menjadi strategi dalam meningkatkan engagement, khususnya ketika konten dikemas secara ringan dan berfokus pada sisi humanis organisasi.

4.5.5 Evaluasi Hasil Analisis Implementasi Strategi *Public Relations*

Setelah dilakukan analisis terhadap berbagai tema dan format konten yang telah dipublikasikan, diperlukan langkah evaluasi untuk menilai sejauh mana strategi public relations yang diterapkan mampu mencapai

tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penerapan strategi public relations melalui akun Instagram Yayasan Anantaka Cultural Trust hasil evaluasi menunjukkan sejumlah temuan penting terkait peningkatan engagement rate. Beberapa aspek yang meliputi waktu publikasi, fitur konten yang paling diminati, serta tema yang memperoleh interaksi terbanyak dari audiens. Berikut ini merupakan uraian lebih mendalam yang dilakukan oleh penulis pada tahap akhir penerapan strategi.

a. Waktu Publikasi Konten

Dalam strategi yang diterapkan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keterlibatan audiens adalah ketepatan waktu publikasi konten, pemilihan waktu yang sesuai juga berpengaruh terhadap interaksi audiens yang diperoleh, konten yang diunggah dilakukan antara pukul 10.00 pagi hingga 15.00 sore serta dijadwalkan pada hari Selasa, Rabu dan Jumat. Pemilihan jadwal ini disesuaikan dengan temuan bahwa jika dilihat dari waktu posting terbaik berdasarkan kategori bisnis, untuk organisasi nonprofit di hari Selasa, Rabu dan Jumat (Dealls.com, 2025). Hasil implementasi strategi tersebut memperlihatkan adanya peningkatan dalam interaksi seperti likes, shares dan comment, pada konten yang dipublikasikan pada waktu tersebut.

b. Fitur yang paling banyak disukai

Berdasarkan hasil insight akun Instgaram Yayasan Anantaka selama penerapan strategi, ditemukan bahwa performa konten ditinjau dari dua aspek, yaitu views dan interaksi. Dari segi views, jenis konten berupa carousel memperoleh jumlah tayangan terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa audiens cenderung menyukai konten yang sederhana dan mudah diakses. Sementara itu, dari segi interaksi, konten berbentuk reels mendapatkan jumlah likes yang lebih tinggi dibanding jenis konten lainnya. Dengan demikian, bahwa konten berupa postingan unggul dalam menjangkau audiens secara luas, sedangkan reels lebih efektif dalam menciptakan

interaksi audiens untuk meningkatkan engagement rate akun Instagram Yayasan Anantaka.

c. Tema yang Paling Banyak Disukai

Pemilihan tema menjadi peranan penting karena menjadi faktor yang dapat menentukan sejauh mana audiens tertarik untuk melihat dan berinteraksi dengan konten yang ditampilkan. Selama periode penerapan strategi, dapat diketahui bahwa tema yang paling banyak disukai oleh audiens adalah tema informasi dan hiburan. Tema tersebut mendapatkan interaksi berupa *likes* dan *comment* yang lebih tinggi dibandingkan dengan tema lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya mencari konten yang memberikan wawasan baru, tetapi juga konten ringan yang mampu menghibur.