

Pemanfaatan Instagram

Dalam Meningkatkan *Engagement Audience* Pada Konten

Instagram @Harian.Disway

¹Cynthia Dara Fitriani, ²Amalia Nurul Muthmainna, ³ Mohammad Insan Romadhan

123Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

cynthiafitriani1994@gmail.com

Abstract

This research will review “Utilization of Instagram in Increasing Audience Engagement on Instagram Content @Harian.Disway”. The purpose of this study is to find out how Harian Disway manages their Instagram platform so that it gets a high audience and also how to describe the problems experienced by Harian Disway during the use of Instagram content in increasing their Instagram account engagement. This research method uses descriptive research with a qualitative approach. In data collection techniques through several ways: observation, interviews, documentation, and literature studies. While data analysis techniques use data transcripts from interviews, data reduction, and data analysis to draw conclusions. Data validity techniques use data triangulation techniques, theories, and methods. The results of this study Harian Disway have made good use of Instagram as branding to increase the audience on the @harian.disway Instagram account. The obstacles faced by Harian Disway in the Instagram social media management strategy are the lack of human resources in the field of social media strategies and the difficulty of changing the audience segmentation that is always the same.

Keywords: *Instagram, Branding, Engagement audiens*

Abstrak

Penelitian ini akan mengulas mengenai “Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan *Engagement Audience* Pada Konten Instagram @Harian.Disway”. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Harian Disway mengelola platform Instagram mereka sehingga mendapat audiens yang tinggi dan juga bagaimana mendeskripsikan kendala yang dialami Harian Disway selama penggunaan konten Instagram dalam meningkatkan engagement akun instagram mereka. Metode Penelitian ini menggunakan Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada teknik pengumpulan data melalui beberapa cara: Observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisis data menggunakan transkrip data hasil interview, reduksi data, dan analisis data untuk menarik kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data, teori, dan juga metode. Hasil penelitian ini Harian Disway telah memanfaatkan Instagram dengan baik sebagai branding untuk meningkatkan audiens pada akun instagram @harian.disway. kendala yang dihadapi Harian Disway dalam strategi pengelolaan media sosial Instagram terdapat pada kurangnya SDM dalam bidang media sosial strategi dan sulitnya mengubah segmentasi audiens yang selalu sama.

Kata Kunci: *Instagram, Branding, Engagement audiens*

Pendahuluan

Keterlibatan antara media dengan masyarakat tentu dapat memberi dampak besar dalam peran media sebagai institusi yang mampu memberikan informasi yang faktual dan aktual. Portal berita online saat ini menjadi produk dari perkembangan teknologi internet dalam dunia jurnalisme. Populasi berita online di negara Indonesia terus tumbuh seiring banyaknya kompetitor industri portal berita online sehingga industri media harus lebih kreatif dalam menggapai audiens sebanyak – banyaknya. Salah satu media sosial Instagram yang dimana aplikasi memudahkan dengan konten beragam dan kecepatan dalam menggaet publik lebih mudah daripada situs menjadikan salah satu platform yang banyak digunakan sebagai jembatan dalam menjangkau audiens.

Untuk membaca portal berita online. Platform yang sangat interaktif dalam menjalin interaksi, berbagi, berdiskusi, dan memodifikasi konten yang diciptakan oleh pengguna. Instagram harian disway cukup menarik diteliti sebab konten yang mereka sajikan cukup unik dari kompetitor media lokal Surabaya seperti salah satunya Suara Surabaya yang memiliki kesamaan main produk yaitu berita dan official instagram juga namun bagaimana Harian Disway menarik khalayak dengan membaca berita melalui konten – konten Instagram seperti reels tetapi tidak membosankan untuk didengar dan dibaca. Hal ini memiliki relevansi dengan kajian teori *customer engagement* menurut Time, Inc., yang ditulis Strauss dan Frost dalam studi tahun 2014 yang memandang Keterlibatan pelanggan sebagai keadaan psikologis individu dapat dilihat melalui intensitas individu dalam kaitannya dengan interaksi antara merek dan pelanggan.

Karena khalayak memiliki potensi besar mereka yang menentukan arah media maupun dalam menguasai pasar. Strategi pengelolaan sosial media *Instagram* Harian Disway juga menjadi fokus penelitian ini sebab mampu menyajikan kreasi sebuah berita menjadi konten yang tidak membosankan untuk dilihat secara dengan banyaknya kompetitor media lokal yang mendistribusikan produk jurnalisme online mereka sehingga membuat kesan unik dari Harian Disway sendiri sebagai media berita. Penelitian ini akan berfokus pada studi deskriptif melakukan analisis pada konten media sosial mereka @harian.disway dalam mengoperasikan maupun menciptakan konten – konten yang menarik dan keragaman dari cerita setiap konten yang stabil hingga mampu meningkatkan audiens. Hal ini menarik karena setiap instansi media memiliki cara sendiri dalam mempromosikan perusahaan maupun mempersuasi publik dengan rangkaian berita yang mereka sajikan.

Penelitian ini mengambil posisi studi dengan melakukan modifikasi model yang ada pada penelitian terdahulu dari (Anggraini, 2021) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”, penelitian ini bertujuan sebagai landasan pengambilan kebijakan dalam pengelolaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan menunjukkan trend transformasi digital pada industri media. Karena terdapat relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti sehingga menjadi bahan pertimbangan untuk dijadikan permasalahan dalam penelitian, maka penulis tertarik untuk membahas Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan *Engagement Audience* Pada Konten Instagram @Harian.Disway. Pemilihan kajian penelitian ini bertujuan karena setiap instansi media memiliki cara sendiri dalam mempromosikan perusahaan maupun mempersuasi publik dengan rangkaian berita yang mereka sajikan sehingga memiliki ketertarikan dan ciri khas

tersendiri sehingga membangun citra baik perusahaan yang juga dalam skala bisnis akan menguntungkan dengan *privilege* audiens yang berlangganan dengan berita ini. Penelitian ini akan lebih mengacu bagaimana pengelolaan fitur *Instagram* dan interaksi *engage* pada audiens Instagram. Media sosial menjadi tombak kunci utama untuk memprovokasi mindset, dialog, dan Tindakan beserta isu – isu sosial. Kajian ini penting diulas sebab digitalisasi dan media tidak dapat dilepaskan sehingga untuk mendapat jawaban bagi permasalahan tersebut. Penelitian ini dibuat benar adanya dan tidak melakukan manipulasi.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memutuskan menggunakan pendekatan konstruktivisme dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan dalam mendeskripsikan secara sistematis bagaimana Harian Disway membangun personal branding mereka dan sustainability dalam menggunakan fitur media sosial Instagram mereka untuk menaikan audiens. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana peristiwa tersebut terjadi secara sistematis. Pada proses teknik pengumpulan data dilakukan melalui: observasi, interview atau wawancara, dokumentasi dan studi Pustaka. Teknis analisis data menggunakan *interactive* model, yang unsur-unsurnya meliputi reduksi, penyajian data (data display), dan *conclutions drowing/verifying* (Ahyar et al., 2020). Dan untuk keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Media Harian Disway merupakan sebuah rumah berita yang didirikan PT Disway Rumah Berita oleh Dahlan Iskan pada 4 Juli 2020. Awal mula didirikannya media ini berawal dari Dahlan Iskan memiliki keinginan untuk mewujudkan upayanya dalam menuangkan hasil pemikiran, pandangan, dan gagasan Dahlan Iskan selama pandemi Covid-19 menjadi sebuah tulisan. Upayanya terwujud dengan konsistensi menulis setiap hari yang diunggah pada blog pribadi Dahlan Iskan yakni Disway.id yang memang sudah ada sejak 2018 (Aliyya, 2023). Media Harian Disway adalah media baru start up yang sudah berjalan selama 3 tahun sejak awal didirikan. Dengan *followers Instagram* sejak terhitung Juni 2023 sebanyak 44,1K sudah banyak memproduksi konten – konten segar dan menyenangkan untuk audiensnya. Harian Disway tetap berupaya dalam konsisten memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada masyarakat, dengan menyatukan beberapa platform dan menciptakan sebuah sistem yang dapat dikontrol secara digital (Rifqi Ismawan et al., 2023). Hal ini tentu akan memberikan citra baik untuk Harian Disway kepada audiensnya.

Harian Disway menjalankan tinjauan *engagement Pyramid* dan *customer engagement* pada kreatifitas dalam mengolah konten berita yang diunggah melalui instagram mereka untuk menggambarkan bagaimana individu sebagai konsumen juga terlibat pada proses produksi sebuah produk, *image* atau brand di era digital (Rahmawati & Aji, 2015) dan juga *customer engagement Instagram* memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengembangkan minat pelanggan terhadap suatu bisnis. Hal ini juga dapat menjadi bermanfaat bagi perusahaan industri media seperti Harian Disway dalam menggait lebih banyak pemirsa sehingga dengan angka *engagement content* pada fitur *Instagram* yang tinggi

maka perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan berupa kepercayaan masyarakat. Berikut adalah hasil temuan peneliti:

- A. Dalam penerapan teori *Customer engagement* melibatkan konsumen dalam konteks media dengan pelanggan atau audiens secara optimal yang akan mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian jika pada konteks media berlangganan atau mengikuti laman media sosial media tersebut.
- B. Dalam pendekatan *Engagement pyramid* Harian disway bagaimana strategi pengelolaan media sosial Instagram Harian Disway dalam menaikkan *engagement audience* melalui fitur – fitur yang mereka sering gunakan dalam proses memproduksi konten hingga siap unggah
- C. Selama menggunakan media sosial Instagram Harian Disway dapat menentukan pasar yang mereka pilih sehingga dapat menentukan secara lebih spesifik segmentasi yang akan mereka bidik dan bagaimana menjalin keterlibatan yang lebih intens dengan mereka. Melalui alur kerja yang dibuat oleh *Social Media Specialist* Harian Disway
- D. Dalam konteks *branding* tentu saja sangat diperlukan untuk menaikkan citra merek pengelola media yaitu Harian Disway. Aspek terpenting dalam menggaet audiens untuk mengunjungi laman Instagram adalah konten dan menjangkau relasi. Sebab, jika konten yang disajikan semakin menarik bagi pengelola media dan menentukan bagaimana audiens memandang brand tersebut.
- E. Dan terakhir kendala, kendala yang alami Harian Disway dalam memproduksi Konten yaitu SDM yang menangani media sosial strategi.

Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil setelah melaksanakan penelitian adalah bagaimana strategi mengelola instagram @harian.disway melalui fitur dan *branding* dalam menggaet merek agar memiliki brand trust dan *engagement audience* yang mengunjungi laman instagram Harian Disway. Media sosial Instagram bagi Harian Disway dianggap berhasil sebagai media branding yang mudah, sistematis, dan menarik sekaligus mampu membuat brand mereka menjadi top of mind dari audiens. Bentuk pemanfaatan dan strategi pengelolaan Instagram berdasarkan pendekatan *Engagement Pyramid* dan Teori *Customer Engagement*. Pada *Engagement Pyramid* memiliki keterlibatan alur kerja media sosial spesialis Harian Disway sebagai terobosan yang dilakukan Harian Disway karena kreatifitas dalam mengolah hingga memproduksi konten berita masih terdapat batasan tertentu yang tidak boleh asal publikasi(Ulfa, 2013).

Penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi ringkasan hasil temuan. Saran berisi apa yang akan dilakukan terkait dengan hasil dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis.

Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah diperoleh. Ada beberapa Saran secara praktis dan teoritis mengenai strategi pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan audiens yang dapat dilakukan oleh Harian Disway yaitu sebagai berikut:

- a. Saran Teoritis

1. Penelitian mampu memberi sumbangsih dalam referensi studi lanjutan mengungkapkan aspek yang relevan pengembangan strategi maupun tren reformasi digital dalam industri media.
2. Menambah kajian ilmu pengetahuan serta membantu penelitian selanjutnya yang berkaitan dalam meningkatkan *engagement* dan menangani isu – isu informasi yang lebih akurat pada media sosial terutama dalam industri media jurnalistik selain *Instagram* dengan semakin tingginya penggunaan tiktok dapat menjadi acuan penelitian lanjutan.

b. Saran Praktis

1. Diharapkan dimasa mendatang Harian Disway mampu mengubah segmentasi audiens Instagram yang utamanya sekarang laki – laki mulai bisa memulai strategi untuk menggaet audiens perempuan dalam menjangkau media dan konten – konten yang mereka sajikan.
2. Ada baiknya Harian Disway mampu menambah SDM yang menguasai media sosial strategi, hal ini dibutuhkan dalam pengelolaan konten media dan desain visual yang menunjang konten yang dibuat.
 3. Strategi segmentasi mampu diperluas agar semua pengguna baik perempuan atau laki – laki mampu menjangkau Harian Disway
 4. Mampu membuat konten – konten yang tidak terlalu formal dan kaku agar kedepannya bisa menarik anak – anak muda untuk tertarik membaca berita Harian Disway
 5. Evaluasi bulanan tidak hanya berlaku untuk *sosial media specialist* tapi semua tim yang saling membantu untuk menggaet *engagement* konten media sosial Instagram hingga Harian Disway mampu membesarkan platform media sosial mereka dimasa mendatang.

Daftar Pustaka

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. Si., Nur Hikmatul Auliya, Grad. Cert. B., Helmina Andriani, M. Si., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Aliyya, R. N. (2023). Penerapan Kode Etik Jurnalistik Di Media Cetak Harian DI ' S Way. *Penerapan Kode Etik Jurnalistik Di Media Cetak Harian DI'S Way*, 3(2), 113–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.37826/digicom.v3i2.477>
- Anggraini, J. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Islam Negeri Sumatera Utara Juli Anggraini Program Studi Ilmu Perpustakaan*. 1–103. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/11948>
- Rahmawati, E., & Aji, S. (2015). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 246. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150204.id>
- Rifqi Ismawan, I., Rizqi, M., Puspitaning Ayodya, B., Jurusan Ilmu Komunikasi, M., & Jurusan Ilmu Komunikasi, D. (2023). *Tanggapan Pembaca Mengenai Media Online Harian Di's Way di Surabaya*. www.disway.id.
- Ulfa, N. M. (2013). Hubungan antara kepemimpinan transformasional dengan employee engagement di PT. ICS (Istana Cipta Sembada) Banyuwangi. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9), 1689–1699.