

Strategi Media Informasi Masyarakat Kota Tangerang melalui Akun Instagram @Abouttng

Mutiara Syanti¹, Sinta Paramita^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: mutiara.915200154@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 15-06-2024 , revisi tanggal : 18-07-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 10-08-2024

Abstract

The aim of the research carried out is to describe the activities of the Instagram social media account @abouttng as a medium of information for the people of Tangerang City. The research carried out also applied qualitative research and used descriptive analysis methods. A method used to collect research data is applied by processing the data from primary data sources. The results of interviews conducted with the admin of the Instagram account @abouttng are the source of this data, and the research subjects are captions and comments from followers of the Instagram account @abouttng which are relevant to the research objectives. Then there are secondary data sources which are sources of reading material, in the form of books and research results in the form of reports and so on.

Keywords: *information media strategy, Instagram, social media*

Abstrak

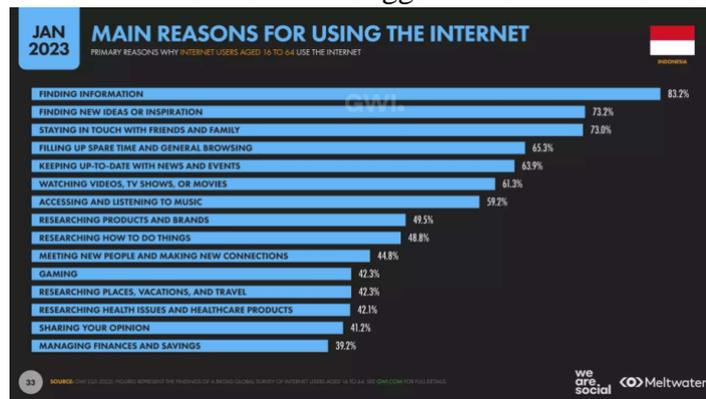
Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan aktivitas media sosial Instagram akun @abouttng sebagai media informasi untuk masyarakat Kota Tangerang. Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kualitatif serta menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil wawancara yang dilakukan dengan admin akun Instagram @abouttng merupakan sumber data ini, dan subjek penelitian adalah *caption* dan komentar pengikut akun Instagram @abouttng yang relevan dengan tujuan penelitian. Lalu ada sumber data sekunder yang merupakan sumber bahan bacaan, berupa buku-buku dan hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Instagram, media sosial, strategi media informasi

1. Pendahuluan

Internet merupakan sebuah media terefektif dalam media komunikasi berbentuk digital yang telah bermetamorfosis. Pada dasarnya, internet memainkan peran penting dalam proses pertukaran data. Khalayak yang menggunakan Internet bergantung pada alat komunikasi karena kecepatan informasi yang terus meningkat. Mulai dari berita terbaru, peristiwa terkini, gaya hidup seseorang, hingga iklan produk. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia 221 juta orang dari 278 juta penduduk Indonesia menggunakan internet, menunjukkan peningkatan penetrasi internet sebesar 78,19%. Ini adalah peningkatan 1,4% dibandingkan dengan survei sebelumnya (APJII, 2024).

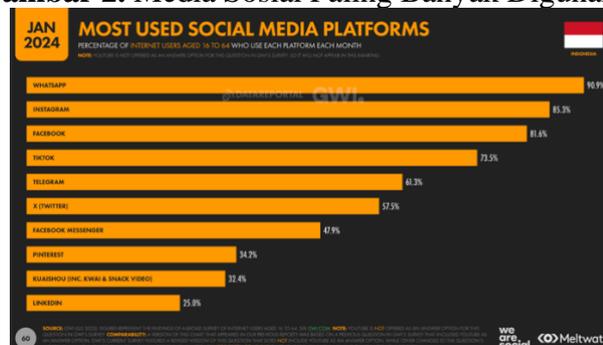
Gambar 1. Alasan Utama Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Hootsuite (We Are Social)

Internet juga melahirkan suatu produk layanan yaitu jejaring sosial. Pada awalnya, jejaring sosial didefinisikan sebagai layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial dengan orang-orang yang memiliki aktivitas atau ketertarikan yang sama. Dengan kata lain, munculnya masyarakat maya (virtual atau cyber community) dapat digambarkan sebagai perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) (Nurudin, 2012). Media sosial memiliki banyak fungsi, termasuk membantu orang bertukar pesan dan mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain. Munculnya media baru, seolah-olah membuat media tradisional mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan sebuah berita atau informasi. Hasil survei Digital Report Indonesia 2023 Hootsuite (We are social) di bawah menunjukkan bahwa, hingga tahun 2023, 83,2% orang Indonesia menggunakan internet untuk mencari informasi.

Gambar 2. Media Sosial Paling Banyak Digunakan



Sumber: Hootsuite (We Are Social)

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial Microblogging yang paling populer dan paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Setelah Whatsapp, Instagram menempati peringkat ke-2 media sosial yang paling banyak digunakan (We Are Social, 2024). Fungsi utamanya adalah memungkinkan pengguna mengunggah foto secara instan. Kevin Systrom dan Mike Krieger bergabung dalam perusahaan mereka sendiri, Burbn.Inc., untuk mengembangkan aplikasi Instagram, tetapi pada akhirnya diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012.

Memahami bahwa media sosial memiliki banyak fungsi, maka salah satu komunitas di Tangerang menggunakan Instagram untuk memberikan informasi mengenai Tangerang Raya yang pastinya untuk Masyarakat di Kota Tangerang, dengan nama akunnya yaitu @abouttng. Dengan adanya akun instagram @abouttng,

pemerintah Kota Tangerang pun bekerja sama dengan komunitas tersebut untuk memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dalam pelayanan publik.

Berdasarkan latar belakangnya, masalah penelitian ini adalah bagaimana menganalisis aktivitas akun Instagram @abouttng sebagai media informasi masyarakat Kota Tangerang. Selain itu, penelitian ini berhubungan dengan bagaimana penggunaan media sosial sebagai sumber informasi berdampak pada terpaan. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi berupa data dan informasi yang akan membantu dan mempermudah penelitian lanjutan. Selain itu, penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi informasi dan pengetahuan terbaru kepada masyarakat di Kota Tangerang serta sebagai contoh bagi pihak-pihak yang terkait dengan akun Instagram @abouttng dan masyarakat di Kota Tangerang untuk meningkatkan pengetahuan tentang media.

2. Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian deskriptif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berpusat pada prinsip. Dalam kebanyakan kasus, penelitian deskriptif didasarkan pada makna budaya dan gejala sosial yang terjadi pada masyarakat. Untuk mendapatkan pemahaman tentang kategori tertentu, seseorang dapat menggunakan kebudayaan masyarakat yang bersangkutan. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena secara akurat, akurat, dan sistematis. Deskriptif menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan dan mengapa ada gejala tertentu yang terjadi selama penelitian.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif didefinisikan sebagai data yang menggambarkan sesuatu dengan menggunakan kata-kata, yaitu kata-kata atau kalimat yang terpisah, dan diklasifikasikan menurut sebuah kategori untuk mencapai kesimpulan. Dalam proses mengamati objek penelitian, upaya yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk menjelaskan situasi atau peristiwa tersebut dengan menggunakan kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca, dan menyajikan data sesuai fakta di lapangan dengan peneliti dapat dianggap sebagai deskripsi kualitatif. Penulis memilih pendekatan deskriptif kualitatif sebagai acuan untuk penelitian ini karena mereka ingin mendeskripsikan temuan penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan temuan wawancara dengan subjek penelitian. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan tentang penggunaan akun Instagram @abouttng sebagai media informasi untuk masyarakat Kota Tangerang.

Subjek penelitian dapat didefinisikan sebagai apa pun yang memberikan informasi atau data kepada peneliti atau apa pun yang bertujuan untuk melekatkan variabel penelitian. Dengan demikian, subjek penelitian dapat didefinisikan sebagai apa pun yang memberikan informasi atau data kepada peneliti. Sementara objek penelitian adalah variabel atau titik fokus penelitian, maka objek penelitian dapat didefinisikan sebagai Dalam penelitian ini, subjeknya adalah admin dan pengikut aktif akun media sosial Instagram @abouttng, sedangkan objeknya adalah pengguna akun Instagram yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Akun Instagram bernama @abouttng bertujuan untuk menyebarkan informasi melalui media sosial. Erwin Setiawan, pemilik dan pendiri akun @abouttng, pada

awalnya mendapatkan inspirasi ketika menjadi anggota YOT Campus Ambassador. Selama satu tahun bergabung, dia didorong untuk melakukan sesuatu dan membuat sesuatu. Pada akhirnya, karena kecintaannya terhadap teknologi dan branding, dia memutuskan untuk membuat AboutTNG untuk membantu kota kelahirannya. Pemilik dan pendiri AboutTNG, Erwin Setiawan, pertama kali membuat logo dan meminta temannya untuk membuatnya. Dengan konsep awal berwarna kuning dan ungu, mewakili tim sepak bola terbesar di Tangerang, Persita dan Persikota. Pada awalnya, tujuan AboutTNG adalah untuk menyatukan Tangerang melalui sepak bola. Setelah logo selesai, dia meminta teman untuk membuat situs web dan akun sosial media. Beliau menganggap 11 November 2014 sebagai hari berdirinya AboutTNG saat sosial media dan idenya menjadi nyata.

Cara berikut digunakan untuk mendapatkan informasi aktual tentang wilayah Tangerang Raya yang dilakukan oleh admin akun @abouttng:

a) Menentukan Topik atau Konten

Administrator akun @abouttng memilih konten yang umum atau tidak umum. Di mana informasi tersebut tidak hanya dapat diakses oleh remaja, tetapi juga oleh orang tua, anak-anak, dan pengguna Instagram dari semua usia. Dalam pengamatan yang diamati oleh penulis pada postingan akun @abouttng, mulai dari bulan Januari 2024 sampai Mei 2024 didapatkan beberapa postingan yang berisi konten event, pemberitahuan, dan berita.

b) Menetapkan Komunikator

Dalam mendapatkan informasi, akun @abouttng tidak hanya mencari berita, tetapi juga mengumpulkan dan menyebarkan hasil kiriman dari pengikutnya. Oleh karena itu, akun @abouttng memiliki persyaratan bagi pengikutnya untuk memberikan informasi untuk dijadikan konten postingan pada akun @abouttng, seperti akun yang memberikan informasi bukan lah fake account dan memastikan bahwa berita tersebut akurat.

Akun @Abouttng Menargetkan Sasaran dan Mengelola Informasi

Target sasaran pada akun @abouttng termasuk dalam kategori sosio demografi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, agama, ideologi, dan kepemilikan media sosial. Pemetaan atau penentuan target sasaran akun @abouttng termasuk dalam semua usia dan kalangan, terutama mereka yang menggunakan media sosial Instagram di Kota Tangerang.

a) Target Sasaran Informasi Topik Pemberitahuan

b) Target Sasaran Informasi Topik Pendidikan

c) Target Sasaran Informasi Topik Keagamaan

Dalam mengelola informasi akun @abouttng melakukan beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

a) Teknik Penyusunan Pesan

Proses yang dilakukan oleh admin dalam penyusunan sebuah pesan pada akun @abouttng, dibuat dengan tepat dan berdasarkan validasi yang sangat akurat. Untuk memastikan bahwa pesan dalam bentuk konten dapat dipahami baik oleh komunikator maupun oleh orang yang mengkomunikasikannya.

b) Pembuatan Caption

Dalam pembuatan caption pada akun instagram @abouttng admin sangat menekankan pada sisi informatif, yaitu dengan memberikan sebuah edukasi dan memberitahukan terkait informasi yang diposting. Terkadang dalam pembuatan caption pada akun @abouttng tidak selalu bersifat formal,

dikarenakan untuk mengundang reaksi terhadap followers untuk mendapatkan feedback pada postingan tersebut.

Strategi pengelolaan instagram yang dilakukan oleh admin akun @abouttng yang terakhir yaitu penyampaian informasi. Proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh admin akun @abouttng untuk mendapatkan komentar dari pengikut berikut:

- a) Memilih Jadwal Postingan
- b) Penyebarluasan Informasi
- c) Mencari dan Menemukan Tanggapan
- d) Melakukan Evaluasi

4. Simpulan

Skripsi dengan judul "Analisis Aktivitas Akun Instagram @abouttng Sebagai Media Informasi Untuk Masyarakat Kota Tangerang" mencapai hasil berikut. Strategi yang dilakukan oleh admin akun @abouttng dalam mendapatkan informasi yaitu dengan melakukan strategi komunikasi yang terarah mulai dari pemilihan konten, penetapan komunikator, dan penentuan target sasaran. Dalam pengolahan informasi, pembuatan *caption* serta penyusunan pesan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian informasi. Admin dari akun @abouttng dalam membuat serta menentukan *caption* selalu menekankan sisi informatif dan edukatif dengan pemilihan foto yang sesuai dengan informasi yang akan dipublikasi.

Penyebarluasan informasi yang dilakukan akun @abouttng tidak hanya melalui posting di halaman utama atau *feed*, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang lain seperti *instastory* dan *reel* guna untuk menemukan *feedback* atau umpan balik dari followers. Dalam penyebarluasan pesan akun @abouttng ditemukan *feedback* positif dan negatif yang dapat dilihat melalui komentar dan fitur *insight*. Fitur *insight* ini membantu dalam kegiatan evaluasi terhadap informasi yang dipublikasi.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Nurudin. (2012). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi. Yogyakarta: Buku Litera, Prodi Komunikasi UMM, DPPM DIKTI.
- We Are Social. (2024). Digital 2024. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.