Strategi Pengelolaan Instagram @Sukabumitoday sebagai Media Informasi Kota Sukabumi selama Masa Pandemi Covid-19

Helen Tri Papanda br S[1], Farid Rusdi[2*]

[1]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: tripapanda.helen@gmail.com
[2]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta[*]
Email: farid@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 06-01-2022

Abstract

Sukabumi City is the smallest city in West Java Province, with the potential for nature tourism and natural resources that are well known to the public. However, the Sukabumi City government's attention to the area is still lacking and makes this potential invisible. The government is less focused on developing information media for the City of Sukabumi. A digital-based media company, INFOSMI, is an independent community on social media that aims to provide information in the form of news and tourist attractions in Sukabumi City. This community has an Instagram account, @sukabumitoday. It is known that the communication strategy carried out by the @sukabumitoday Instagram account goes through 7 stages. The primary strategy on Instagram @sukabumitoday is to upload photos and videos sent from Instagram followers @sukabumitoday and provide exciting photo captions so that the content and messages to be conveyed become informative and persuasive. The Instagram account @sukabumitoday also takes advantage of the features that exist on Instagram to maximize its function as a medium of information for the City of Sukabumi. The @sukabumitoday account uses messages with encouragement and jokes so that all information can be adequately conveyed.

Keywords: *communication strategy, Instagram, Sukabumi City*

Abstrak

Kota Sukabumi merupakan kota terkecil di Provinsi Jawa Barat dengan potensi wisata alam dan kekayaan alam yang sudah banyak dikenal masyarakat. Namun, perhatian pemerintah Kota Sukabumi terhadap daerahnya masih kurang dan membuat potensi tersebut tidak terlihat. Pemerintah kurang fokus untuk mengembangkan media informasi Kota Sukabumi. Sebuah perusahaan media berbasis digital, INFOSMI, merupakan komunitas mandiri di media sosial yang bertujuan memberi informasi berupa berita dan tempat wisata yang ada di Kota Sukabumi. Komunitas ini memiliki akun Instagram @sukabumitoday. Diketahui jika strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun instagram @sukabumitoday melewati 7 tahapan. Strategi utama pada Instagram @sukabumitoday adalah mengunggah foto-foto dan video kiriman dari pengikut Instagram @sukabumitoday, memberikan keterangan foto yang menarik agar isi serta pesan yang ingin disampaikan menjadi informatif dan persuasif. Akun Instagram @sukabumitoday juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Instagram sehingga memaksimalkan fungsinya sebagai media informasi untuk Kota Sukabumi. Akun @sukabumitoday menggunakan pesan dengan dorongan dan candaan, agar semua informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci: Instagram, Kota Sukabumi, strategi komunikasi

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang semakin canggih dan kemudahan dalam mengakses internet, serta semakin banyak aplikasi yang lahir dari kemajuan teknologi dan internet dan munculnya media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi juga semakin banyak ragam dan jenisnya. Setiap orang yang memiliki akses internet (laptop, *gadget*, komputer, serta perangkat lain dengan jenis yang sama) dapat dengan mudah mengakses. Gelombang teknologi baru atau *New Wave Technology* adalah teknologi yang dapat menghubungkan khalayak dengan khalayak lain ataupun kelompok. Gelombang teknologi baru atau *New Wave Technology* terdukung dengan semakin canggihnya perangkat informasi dan kemudian melahirkan new wave technology atau gelombang teknologi baru. *New Wave Technology* memiliki kekuatan yang berada di perangkat informasi yang semaking canggih seperti gadget,komputer dan juga akses internet. Dan dari ungkapan diatas, *new wave technology* salah satu media nya adalah internet (Vermesan et al., 2020).

Kemudahan akses internet kemudian melahirkan salah satu layanan yaitu jejaring sosial. Dan kedudukan internet sebagai media komunikasi baru semakin diperkuat karena jarak antar individu semakin tidak terlihat, pesan dan juga informasi dapat disampaikan secara luas dan global bahkan dalam waktu sangat singkat. Dalam arti lain, ditemukannya media baru masing-masind bis memperluas kemampuan khalayak (Youngs, 2016).

Beragam media sosial yang ada saat ini salah satunya yaitu Instagram. Media sosial Instagram dikembangkan oleh perusahaan milik *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger* yaitu Burbn.Inc. Pada awalnya masyarakat Indonesia menjadikan instagram hanya untuk mengisi kegiatan di waktu senggang untuk berbagi moment diri dan menjalin hubungan secara daring dengan pengguna lainnya. Dari kemunculannya sebagai media informasi dan bertukar informasi Instagram sudah dapat mengubah pola yang menjadikan interaksi antara satu individu dengan individu yang lain dalam proses komunikasi. Dari kemunculannya, Instagram sebagai media sosial menyaingi media tradisional dalam menyebarkan berita (Golbeck, 2015).

Media sosial Instagram sebagai media yang berbasis video dan foto tentu sangat menjadi lahan yang luas yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi media informasi. Sampai saat ini komunitas yang ada di Instagram sangat beragam mulai dari komunitas hobi, komunitas organisasi, komunitas pertemanan bahkan ada komunitas berbasis lokasi. Kemudian Instagram diniliai menjadi media sosial yang memberikan efek luar biasa dan menjanjikan karena fungsi lain yaitu sebagai media untuk berjualan dan media *branding* untuk tujuan komersil atau bukan komersil. Dengan pemikiran ini, pemerintah daerah dapat memanfaatkannya sebagai media informasi untuk kota mereka.

Berdasarkan paparan yang diungkapkan di atas, peneliti ingin meneliti dengan judul Strategi Pengelolaan Instagram @sukabumitoday Sebagai Media Informasi Kota Sukabumi Selama Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan Instagram @sukabumitoday dalam menjalani perannya sebagai media sumber informasi Kota Sukabumi selama masa pandemi covid-19 berlangsung.

2. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian yaitu penelitian dengan metode

pendekatan kualitatif. (Lexy J. Moleong, 2012) menyebutkan definisi pendekatan kualitatif sebagai mekanisme penelitian berupa kata-kata yang tertulis dan mulut dari khalayak serta sikap yang bisa untuk diamati. Pendekatan ini mengarahkan latar serta individu secara keseluruhan (utuh).

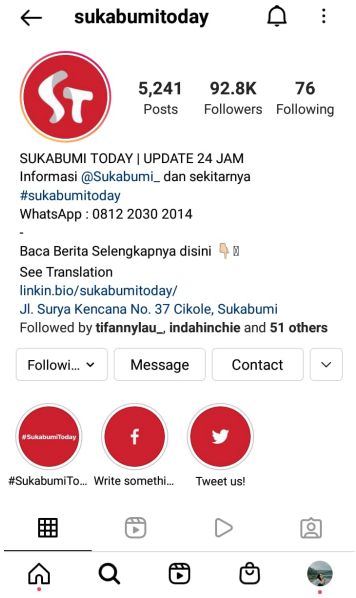
Dan dengan penggunaan pendekatan kualitatif, penulis melakukan analisa data yang telah dikumpulkan yaitu dengan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moeloeng, 2017).

Subyek penelitian ini yaitu *instagram* @sukabumitoday. Dan untuk lebih spesifik lagi yaitu pada pendiri media sosial Instagram @sukabumitoday dan pengelola aktif akun Instagram @sukabumitoday.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Dari hasil temuan ini penulis memaparkan strategi komunikasi yang dilakukan akun Instagram @sukabumitoday sebagai media sumber informasi Kota Sukabumi selama masa pandemi Covid-19

Gambar 1. Profil Instagram @sukabumitoday



Sumber: Akun Instagram @sukabumitoday

Strategi Komunikasi Instagram @sukabumitoday

1) Memilih Komunikator

Dengan proses mengenal khalayak, penyampaian pesan komunikasi diharapkan dapat berjalan dengan efektif. Dari berbagai kajian dari komunikasi, komunikator meruupakan kendali dari proses komunikasi yang dilakukan. Oleh karena itu, komunikator merpakan orang yang akan melaksanakan peran sebagai ujung tombak dari suatu program dan harus mahir dalam berkomunikasi, seperti daya kreativitas yang penuh dengan ide. Terdapat tiga syarat sebagai komunikator yang harus dipenuhi yaitu (1) kredibilitas (*credibility)*, (2) *attractive,* dan (3) *power* (Andarsih & Mayangsari, 2018).

2) Menetapkan Target Sasaran

Sukabumi today juga memilih komunikator yaitu masyarakat yang tinggal di Kota Sukabumi karena Pesan yang akan disampaikan dan dibuat oleh sukabumitoday dikhususkan untuk masyarakat kota Sukabumi. Konten yang dibuat juga bersumber dari dalam kota meskipun ada beberapa konten dan berita ataupun informasi yang dibuat oleh @sukabumitoday mengambil sumber dari luar kota Sukabumi. Dari hasil wawancara, narasumber dari tim sukabumitoday yaitu Intan yang bertugas sebagai marketing officer mengatakan bahwa akun @sukabumitoday tidak menargetkan komunikator berdasarkan gender ataupun usia. Tim membuat konten dan menyajikannya dalam Instagram @sukabumitoday bagi mereka yang sudah memiliki akun Instagram dan dan dapat membaca berita dan mengolah informasi dengan baik (hasil wawancara pada 11 Oktober 2021 dengan @sukabumitoday).

3) Teknik Menyusun Pesan

Akun @sukabumitoday dan pesan yang disampaikan juga harus menggambarkan perubahan yang menjadi tujuan oleh tim@sukabumitoday atau strategi yang akan digunakan. Oleh karena itu, memerlukan penyusunan kalimat yang sederhana dan mempersuasi, singkat, padat, dan jelas sehingga dapat dengan mudah dipahami khalayak masyarakat Kota Sukabumi selaku target sasaran dari @sukabumitoday. Penyusunan kalimat dilakukan oleh anggota tim yang ahli dalam menyusun kalimat untuk dijadikan pesan seperti bahasa yang enak didengar dan mempersuasi. *Caption* ataupun pesan yang akan disampaikan diuji coba terlebih dahulu dengan mendengarkan komentar dari orang-orang yang memiliki pengalaman dalam bidangnya.

Teknik penyampaian pesan dapat bersifat informatif dan persuasive. Berdasarkan hasil observasi, penulis menemukan bahwa Instagram @sukabumitoday melakukan teknik dalam proses penyampaian pesan bersifat persuasive dan informatif. Pesan yang memiliki sifat informatif di kehidupan sehari-hari. Informasi juga seringkali berkaitan dengan pesan yang bisa dibagi ke dalam dua macam yaitu informasi yang sifatnya umum dan informasi yang bersifat actual. Dalam hal ini, akun @sukabumitoday melakukan teknik penyampaian pesan dan informasi yang sifatnya aktual karena @sukabumitoday memiliki tim untuk mengambil konten berdasarkan fakta dan data sehingga menjadikan berita tersebut bersifat aktual dan berita yang sifatnya aktual ditandai dengan kebaruan dan dan bersifat *real-time.*

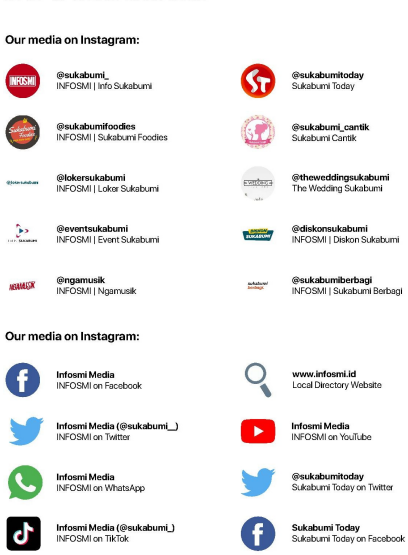
Akun @sukabumitoday juga selalu membuat berita dengan konten yang sifatnya baru. Akun @sukabumitoday melakukan teknik penyampaian pesan yang bersifat mengajak atau persuasif karena semua pelaksanaan komunikasi dan strategi yang digunakan oleh @sukabumitoday dalam hubungan antar manusia memiliki tujuan. Penyusunan pesan bersifat persuasif memiliki sebuah proposisi yakni adanya hasil yang diperoleh dari sumber dari penerimaan atas pesan yang disampaikan oleh @sukabumitoday. Artinya, setiap pesan yang dibuat oleh @sukabumitoday diharapkan akan menghasilkan perubahan, baik itu perubahan sikap, kebiasaan, ataupun karakteristik perilaku masyarakat.

Akun @sukabumitoday melakukan teknik penyampaian pesan yang mengajak. Misalnya, pesan yang menakutkan ialah penyusunan pesan yang menimbulkan ketakutan pada masyarakat seperti pemberitaan tentang gangster yang datang ke Kota Sukabumi dengan membawa senjata tajam. Melalui instagram @sukabumitoday disampaikan bahwa masyarakat kota Sukabumi dilarang keluar malam hingga beberapa hari ke depan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Hal ini

membuat masyarakat kota Sukabumi merasa ketakutan karena pesan yang disampaikan oleh @sukabumitoday merupakan pesan yang penuh dengan emosi. Contoh lain pesan yang disusun untuk menggugah emosi khalayak yaitu berita kematian selebritis Vanessa Angel dan dan suaminya.

4) Memilih Media

Gambar 2. Media Yang dimiliki INFOSMI



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Proses pemilihan media Instagram diketahui berdasarkan dari hasil riset yang sudah dilakukan tim @sukabumitoday. Tim telah melakukan riset bahwa tahun 2021 masyarakat Sukabumi lebih banyak mengakses akun Instagram. Hal ini dilakukan oleh sukabumitoday untuk mengantisipasi jika terjadi pemborosan biaya maupun waktu dan tenaga. Tim menyadari penentuan jenis media bersifat dinamis karena media tersebut berkembang dan berubah cepat dari waktu ke waktu. Awalnya, tim Sukabumi today melakukan pemberitaan melalui media Facebook. Namun seiring berkembangnya zaman dan perubahan media sebagai media sosial dan internet maka Sukabumi today mengambil langkah penetapan Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat Sukabumi dan luar Sukabumi

5) Penyusunan Jadwal

Tim Sukabumi Today memiliki jadwal sendiri untuk membuat konten dan mengunggahnya pada Instagram @sukabumitoday. Berdasarkan hasil wawancara, Intan mengatakan bahwa tim memiliki konten kalender yakni jadwal untuk membuat konten dan mengunggahnya dalam Instagram @sukabumitoday. Tim @sukabumitoday mengunggah 10 konten Instagram Story ataupun melakukan *repost* informasi yang diberikan oleh netizen. Seringkali dalam satu hari jumlah konten tidak dibatasi karena akun @sukabumitoday selalu memberikan informasi yang bersifat *real time*.

6) Penetapan Tim Kerja

Fungsi dari penetapan tim kerja pada @sukabumitoday adalah untuk mengetahui kualifikasi karyawan dan juga untuk menentukan *job description* pada

masing masing individu berdasarkan kemampuan yang mereka miliki dan juga untuk pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan.

7) Evaluasi

Aktivitas evaluasi yang dilakukan tim @sukabumitoday bertitik tolak berasal tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya serta seni manajemen yang telah diterapkan. Evaluasi atau penilaian program bisa dianggap menggunakan penilaian sumatif evaluasi mempunyai fokus untuk melihat sejauh mana tujuan akhir yang ingin dicapai dari suatu kegiatan apakah terpenuhi atau tidak. Dalam hal ini tim @sukabumitoday memiliki tujuan akhir yaitu bertambahnya jumlah pengikut *(followers)* pada Instagram serta meningkatkan ketertarikan masyarakat akan Instagram Sukabumi today.

Penilaian dilakukan dengan melakukan uji awal yakni menilai apakah pesan-pesan komunikasi telah sesuai menggunakan kebutuhan target-target atau khalayak. Apakah pesan-pesan tersebut tidak melanggar etika, sosial, agama serta budaya yang terdapat pada Kota Sukabumi. Sedangkan uji akhir dilakukan dengan melihat hasil proses komunikasi yang telah dilaksanakan. Apakah efektif dengan tujuan yang diinginkan, apakah target sasaran mengalami perubahan pengetahuan dan sikap. Lalu apakah sikap yang dikehendaki sudah memenuhi standar yang diinginkan.

4. Simpulan

Informasi pada instagram @sukabumitoday dibagi ke beberapa kategori, yaitu objek wisata, potensi wisata, makanan, budaya, *event, content engagement.* Sebelum melaksanakan kegiatan komunikasi, akun instagram @sukabumitoday melakukan tahapan strategi komunikasi yaitu memilih komunikator, memutuskan target sasaran , teknik menyusun pesan, memilih media, dan evaluasi. Tahapan strategi komunikasi digunakan oleh instagram @sukabumitoday melalui fitur yang disediakan oleh Instagram. Fitur yang paling banyak digunakan yaitu *post, caption, hastag (#), tag, collections, mention* dan *arroba* (@).

Kota Sukabumi melakukan beberapa hal dalam akun instagram @sukabumitoday untuk mensuksekan penyampaian info dan memikat *followers* atau khalayaknya. Akun instagram @sukabumitoday mencari foto-foto terbaik berasal semua kiriman kontributor dan memberi keterangan/ *caption* yang menarik sehingga konten dan pesan yang disampaikan informatif, persuasif serta edukatif. Keterangan foto dan kolom komentar @sukabumitoday menggunakan pesan yang penuh dorongan (*motivation appeal*).

5. Ucapan Terima Kasih

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

6. Daftar Pustaka

Andarsih, Y. S., & Mayangsari, I. D. (2018). Strategi Komunikasi Program Bandung Cleanaction dalam Mengkampanyekan Gerakan Pungut Sampah (GPS). *Dialektika, Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(1).

Cangara, H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. *Jakarta: PT Rajagrafindo*

Persada, *19*(2).

Golbeck, J. (2015). Instagram. In *Introduction to Social Media Investigation*. https://doi.org/10.1016/b978-0-12-801656-5.00015-9

Lexy J. Moleong, D. M. A. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *PT. Remaja Rosda Karya*.

Moeloeng, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Kualitalif Sasial*.

Vermesan, O., Coppola, M., Nava, M. D., Capra, A., Kornaros, G., Bahr, R., Darmois, E. C., Serrano, M., Guillemin, P., Loupos, K., Karagiannidis, L., & McGrath, S. (2020). New waves of IoT technologies research - transcending intelligence and senses at the edge to create multi experience environments. In *Internet of Things - The Call of the Edge: Everything Intelligent Everywhere*.

Youngs, G. (2016). New media and communications. In *Handbook on Gender in World Politics*. https://doi.org/10.4337/9781783470624.00048