

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah tatanan konsumsi informasi masyarakat secara mendasar. Media sosial seperti Instagram kini menjadi kanal utama untuk penyebaran berita yang cepat dan visual, menggantikan sebagian peran media tradisional. Data Januari 2025 menunjukkan sekitar 90,18 juta pengguna Instagram di Indonesia, sekitar 31,7 % populasi, dengan 54 % di antaranya adalah perempuan.¹ Platform ini tidak hanya diminati untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga digunakan sebagai sarana distribusi berita, terutama bagi generasi muda. Dengan basis pengguna yang besar, media massa dituntut untuk menerapkan strategi konten yang visual, cepat, dan juga interaktif demi menarik perhatian audiens. Ketidakmampuan dalam pengemasan konten digital berpotensi membuat pesan berita tenggelam di antara sederet posting lain. Di sisi lain, Instagram menyediakan format seperti feed, reels, story, dan insight analytics namun media lokal sering gagal memanfaatkannya secara maksimal. Radar Jombang, sebagai media lokal, telah hadir di Instagram untuk menjawab dinamika ini, namun efektivitas kerangka manajerial di balik konten belum diteliti mendalam. Studi ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana sistem pengemasan konten diterapkan secara profesional dan adaptif di media lokal.

¹ “Instagram Users in Indonesia March 2025,” napoleoncat, 2025,
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/03/>.

Media lokal di Indonesia umumnya beroperasi dengan sumber daya yang terbatas terutama dari sisi SDM, teknologi, dan anggaran. Banyak tim redaksi koran yang juga mengelola media sosial secara merangkap, tanpa adanya pembagian tugas yang jelas dan standar operasional konten.² Dampaknya, strategi konten digital cenderung tidak konsisten, minim evaluasi, dan tak berbasis data padahal kualitas desain visual dan copywriting sangat mempengaruhi engagement. Tanpa kerangka manajerial yang matang, konten media seperti Radar Jombang berisiko tidak relevan dan kehilangan audiens digital. Padahal, lebih dari 83 % pengguna internet Indonesia menggunakan platform digital untuk mencari informasi. Hal ini menunjukkan kesenjangan antara potensi besar Instagram sebagai sarana distribusi berita dengan kenyataan minimnya strategi digital di media lokal. Oleh sebab itu, kajian terhadap struktur manajemen konten menjadi kebutuhan mendesak dalam peningkatan kapasitas media lokal di era digital.

Instagram menawarkan fitur unggahan bergaya visual dalam format feed, reels, dan story, serta insight analytics untuk mengukur performa. Namun, data menunjukkan bahwa banyak media lokal belum memanfaatkan metrik seperti jangkauan, interaksi, dan demografi pengikut secara optimal.³ Minimnya evaluasi dan interaksi audiens di media lokal menghasilkan rendahnya keterlibatan, padahal engagement adalah ukuran keberhasilan

² Fachri Yunanda et al., “The Analysis of Local Terms on Social Media of Indonesian Teenagers,” *Journey: Journal of English Language and Pedagogy* 5, no. 1 (2022): 1–9, <https://doi.org/10.33503/journey.v5i1.505>.

³ Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini, “Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8, no. 1 (2019): 34, <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>.

konten digital. Ditambah algoritma Instagram yang mengikuti pola interaktif, visual, dan relevan, media lokal seperti Radar Jombang harus memiliki sistem pengemasan konten berbasis data. Proses internal dari perencanaan hingga pengawasan perlu disesuaikan agar bisa menjangkau audiens yang tepat dan relevan. Tanpa sistem manajemen yang baik, konten dapat kehilangan visibilitas dan peluang interaksi. Hal ini menggarisbawahi urgensi membangun kerangka kerja yang sistematis, termasuk struktur tim, standar visual, dan strategi publikasi yang responsif.

Radar Jombang dikenal memiliki keunggulan konten hiperlokal berita yang dekat dengan isu masyarakat setempat. Namun, potensi ini sering kali kurang termanfaatkan karena visualisasi yang belum optimal dan minimnya orientasi pada nilai budaya lokal. Pengemasan konten yang menyertakan elemen lokalitas visual, bahasa, dan budaya memiliki potensi besar meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan audiens. Namun, tanpa kerangka manajerial yang mendukung, konten lokal ini dapat kehilangan identitas dan relevansi emosional terhadap audiens. Organisasi internal yang masih belum terstruktur berisiko menghasilkan konten yang kurang konsisten dan tidak berdampak. Oleh karena itu, pengemasan konten lokal yang profesional dan adaptif menjadi kunci dalam memperkuat posisi dan kaitan emosional media dengan audiens. Radar Jombang perlu mengembangkan manajemen konten yang memperhatikan konteks lokal sekaligus memenuhi tuntutan estetika digital.

Ketergantungan media lokal pada tren viral atau konten nasional tanpa manajemen internal yang kuat berpotensi menurunkan kredibilitas. Fokus terlalu besar pada estetika bisa mengorbankan verifikasi fakta dan akurasi substansi dampak yang serius jika terjadi dalam situasi krisis atau bencana. Studi menunjukkan bahwa 68 % masyarakat Indonesia mengandalkan media sosial sebagai sumber utama berita. Jika media lokal gagal menjaga standar editorial, risiko disinformasi kian tinggi. Pemerintah dan lembaga juga memberikan perhatian tinggi terhadap penyebaran hoaks dan implikasinya terhadap situasi sosial.⁴ Dengan kerangka manajerial kuat, media lokal dapat menjadi benteng informasi akurat serta mencegah penyebaran berita palsu. Studi ini fokus pada bagaimana Radar Jombang menerapkan prinsip manajerial untuk menjaga keseimbangan antara kecepatan, visualisasi, dan verifikasi konten.

Permasalahan ini bukan hanya berlaku untuk Radar Jombang, melainkan mencerminkan kondisi banyak media lokal di Indonesia. Keterbatasan teknis, SDM, dan anggaran membatasi kesiapan mereka dalam memasuki ekosistem digital secara optimal. Akibatnya, kehadiran di media sosial jadi sekadar mengikuti tren tanpa strategi jangka panjang atau tujuan yang jelas. Banyak media lokal mengalami rendahnya engagement dan tidak mampu membangun audiens setia. Oleh sebab itu, penelitian terhadap struktur manajemen konten digital dapat menjadi landasan pengembangan kapasitas institusi. Hasil kajian

⁴ Rohmatin Alfianistiawati et al., “Evaluasi Kegiatan Pendampingan Literasi Digital ‘Hoaks’ Pada Kelompok Pengajian Perempuan,” *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial (JPDS)* 5, no. 2 (2022): 70, <https://doi.org/10.17977/um032v5i2p70-79>.

ini dapat dijadikan referensi pelatihan atau kerangka kerja bagi media komunitas agar mampu bersaing di era digital.

Dari perspektif akademik, literatur mengenai media sosial dan komunikasi digital selama ini masih berfokus pada aspek konten visual dan engagement, serta penelitian terhadap media nasional. Sedangkan kajian tentang bagaimana media lokal menjalankan manajemen konten secara internal masih langka. Padahal, keputusan editorial dan prosedur manajerial internal sangat mempengaruhi efektivitas pengemasan konten. Radar Jombang sebagai studi kasus lokal memberikan kesempatan untuk memahami praktik digital dari perspektif internal organisasi. Fokus penelitian ini adalah menggali model manajerial praktis dalam pengemasan berita digital untuk media lokal. Kontribusi teoritis diharapkan memberikan landasan baru bagi pengembangan studi komunikasi digital lokal.

Dengan data yang menunjukkan 143 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada awal 2025.⁵ media lokal seperti Radar Jombang harus mampu membangun strategi pengemasan konten digital yang komprehensif dan evaluatif. Pengemasan konten bukan hanya berkaitan dengan estetika visual, tetapi juga tentang membentuk struktur manajerial yang profesional, responsif, dan berbasis data. Dengan menggali bagaimana Radar Jombang mengelola perencanaan konten, pelaksanaan produksi digital, dan evaluasi performa, penelitian ini dapat menghasilkan rekomendasi strategis yang

⁵ Nabilah Muhamad, “Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2025,” databoks.katadata, n.d., <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67ca734b43927/daftar-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2025>.

aplikatif. Tujuannya adalah menyediakan model manajemen konten digital yang dapat direplikasi oleh media lokal lainnya, memperkuat literasi informasi, serta menjaga keberlanjutan media komunitas di era disrupsi media global.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana perencanaan Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?
2. Bagaimana pelaksanaan Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?
3. Bagaimana evaluasi Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana perencanaan Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?
2. Untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?
3. Untuk mengetahui Bagaimana evaluasi Manajemen Pengemasan Berita di Platform Instagram Radar Jombang pada Era Digital?

D. Manfaat penelitian

Dari penelitian Manajemen pengemasan berita di platform Instagram diharapkan memberikan pengetahuan baik dari segi teoritis maupun segi praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalisme digital dan strategi media sosial. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi akademisi yang tertarik mengkaji strategi komunikasi media lokal di era digital.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi media, khususnya media lokal, dalam merancang strategi pengemasan berita yang adaptif dan efektif di Instagram. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh Radar Jombang sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi konten di masa mendatang.

E. Ruang lingkup penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari metode pengemasan berita yang digunakan oleh akun Instagram @radarjombang, yang merupakan bagian dari PT Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang).

Fokus penelitian mencakup aspek-aspek berikut:

1. Format Visual dan Estetika Konten

Studi ini akan menyelidiki bagaimana Radar Jombang mengatur elemen visual seperti tata letak, warna, tipografi, dan penggunaan gambar atau video dalam setiap unggahan. Sebagai platform berbasis visual,

Instagram membutuhkan konten yang menarik secara visual untuk menarik audiens.⁶

2. Narasi dan Gaya Penyampaian Berita

Struktur naratif dan gaya bahasa yang digunakan dalam caption dan narasi video akan dibahas dalam penelitian ini. Dengan menggunakan teknik cerita yang efektif, Anda dapat menjalin hubungan emosional dengan audiens Anda dan meningkatkan pemahaman Anda tentang berita.

3. Pemanfaatan Fitur Instagram

Penelitian ini melihat penggunaan fitur Instagram Radar Jombang seperti Stories, Reels, IGTV, dan Live untuk berita. Menggunakan fitur-fitur ini dapat meningkatkan interaksi dan jangkauan pengikut.

4. Strategi Interaksi dan Keterlibatan Audiens

Penggunaan tagar lokal, ajakan untuk berkomentar, dan respon terhadap komentar pengikut adalah beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendorong interaksi. Semua ini akan dibahas dalam analisis. Keterlibatan aktif dengan audiens dapat meningkatkan ikatan dan loyalitas pengikut.

5. Konteks Lokal dan Budaya Komunitas

Fokus penelitian adalah bagaimana Radar Jombang menggabungkan nilai-nilai lokal dan budaya dalam pengemasan beritanya. Dengan

⁶ Miharja, A. V., & Yoedtadi, M. G. Strategi Penyajian Konten di Instagram LLDikti Wilayah III dalam Menginformasikan Program MBKM. (2022).

menyesuaikan konten dengan konteks lokal, pesan dapat menjadi lebih relevan dan menarik bagi audiens setempat.

F. Sistematika penulisan

Sintematika peulisan ini dibuat supaya memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dengan enam bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan secara umum dan gambaran isi penelitian yang terdiri dari latar belakang. Rumusan masalah, tujuan penelitian, Batasan masalah, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan dasar-dasar teori yang menjadi pijakan dalam menganalisis data penelitian, sekaligus memaparkan temuan-temuan yang diperoleh langsung dari lapangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan subyek penelitian dan metode pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat berbagai temuan yang diperoleh dari proses penelitian yang telah dilakukan. Di dalamnya terdapat pemaparan data serta hasil-hasil yang ditemukan selama penelitian. Peneliti menyajikan hasil tersebut berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah diperoleh, kemudian dianalisis dengan mengaitkannya pada teori-teori yang relevan. Dalam bagian ini, peneliti menelaah apakah data yang ditemukan sejalan dengan teori yang ada atau justru menunjukkan hal yang bertentangan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari rangkaian penelitian, yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait. Dalam bagian ini, peneliti merangkum keseluruhan isi penelitian dan menyampaikan rekomendasi sebagai bentuk kontribusi terhadap permasalahan yang dikaji.