

AKTIVITAS JURNALIS DI INSTAGRAM SEBAGAI KANAL DISTRIBUSI BERITA @CEKLISATU

Levinda Melati¹, Ali
Alamsyah Kusumadinata²

^{1,2}Universitas Djuanda

Article history

Received : Februari 2025

Revised : Februari 2025

Accepted : Februari 2025

*Corresponding author
pipin5497@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi berita. Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan distribusi berita secara visual dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas jurnalis di Instagram sebagai kanal distribusi berita di @ceklissatu. Dengan menggunakan metode observasi dan wawancara, pengabdian ini menjelaskan proses pembuatan berita di Instagram. Hasil penelitian tahapan perencanaan, membuat pemberitaan atau liputan, editing dari hasil dokumentasi liputan, terakhir proses unggahan. Sehingga pembaca dapat melihat di akun Instagram @ceklissatu dan website resminya.

Kata Kunci: distribusi berita, engagement, Instagram, media sosial

Abstract

The development of technology and social media has changed the way people consume news. Instagram as one of the popular social media platforms offers a variety of features that allow the distribution of news visually and interactively. This research aims to explain the activities of journalists on Instagram as a news distribution channel in @ceklissatu. Using observation and interview methods, this devotion explains the process of making news on Instagram. The results of the research are the planning stages, making news or reporting, editing the results of the coverage documentation, and finally the upload process. So that readers can see on the @ceklissatu Instagram account and the official website.

Keywords: news distribution, engagement, Instagram, social media

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam industri media digital, memungkinkan organisasi berita untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih interaktif. Instagram, dengan fitur-fiturnya seperti Stories, Reels, dan postingan, menjadi platform yang menarik untuk distribusi berita. Akun @Ceklissatu aktif menggunakan Instagram sebagai kanal utama dalam menyampaikan berita terkini, terutama dalam bentuk video pendek dan infografis (Agustina & Sari, 2020).

Pemberitaan yang berbasis instagram merupakan bagian dari kebutuhan yang penting bagi masyarakat, berita tidak lagi menjadi konsumsi bagi kalangan tertentu saja. Media online menjadi lebih fleksibel, interaktif, dan dapat diakses secara global dari seluruh dunia (Yascya & Widyowati, 2024). Penelitian dari Akun Instagram Resmi Dinas Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa penerapan manajemen komunikasi massa dengan menerapkan strategi STP (Segmentation, Targeting, dan Positioning) pada akun instagram milik pemerintah kota perlu menjadi catatan penting (Istighfarin & Istikhomah, 2024).

Perubahan cara kerja jurnalis di era digital telah memunculkan istilah baru dalam kosakata jurnalisme "jurnalisme digital" (Lestari, 2020; Nasrullah, 2017). Karena jurnalisme media sosial menerapkan proses kerja umum jurnalisme media massa, akurasi dapat diukur menggunakan teori media normatif. Teori norma media telah digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya untuk mengkaji peran media massa (baik media arus utama, media cetak, maupun media baru) dalam mewujudkan demokrasi di Indonesia. Teori normatif media telah digunakan untuk menyelidiki peran media massa dalam mencapai demokrasi. Artinya, sistem media yang demokratis mempunyai kompleksitas tertentu dan menerapkan sistem semacam itu bukanlah hal yang mudah (Solihat, 2015; Diniati, Mukhlisiana, & Syifaa, 2024).

Jurnalis menggunakan media sosial sebagai sumber ide pertama dalam pembuatan berita, dengan melihat topik apa yang sedang hangat dan populer di masyarakat, apa yang dibutuhkan masyarakat, kemudian mengolahnya menjadi berita dan mengembangkannya lebih lanjut dalam proses pembuatannya (Buchory, 2022). Penelitian ini berfokus pada aktivitas jurnalis di instagram sebagai kanal distribusi berita di @ceklissatu.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang akurat dan komprehensif tentang efektivitas penggunaan instagram sebagai kanal distribusi berita di @ceklissatu. Data dikumpulkan melalui:

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pemberi informasi (Yuliani & Banjarnahor, 2021). Wawancara ini dilakukan dengan bertanya kepada tim

media sosial ceklissatu.com untuk memahami efektivitas penggunaan instagram sebagai kanal distribusi berita di @ceklissatu

2. Observasi

Observasi terhadap aktivitas akun Instagram @Ceklissatu, termasuk frekuensi posting, jenis konten yang dibagikan, engagement (like, komentar, share, dan save), serta jumlah followers. Data ini dapat diambil melalui analisis metrik Instagram Insights (Fatisya & Junipriansa, 2024).

HASIL PEMBAHASAN

Program magang mandiri di divisi media sosial @Ceklissatu, merupakan kerjasama antara universitas djuanda dan PT Alfa Media Satu (ceklissatu.com). kegiatan yang dilakukan di divisi media sosial ialah perencanaan, membuat konten plan, editing (video, foto), tahapan terakhir yaitu mengunggah di media sosial instagram @ceklissatu.

1. Tahap perencanaan

perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan pembentukan dan penetapan sasaran serta tujuan yang ingin dicapai melalui kesepakatan bersama. Proses ini dilakukan dengan langkah-langkah strategis untuk meraih tujuan yang telah ditentukan (Filiana & Rachmat, 2022). Perencanaan konten media sosial, yang meliputi penyusunan kalender konten secara mingguan dan bulanan. Kegiatan mencari ide kreatif dan mengikuti tren yang relevan dengan target audiens untuk memastikan konten yang dibuat selalu segar dan menarik.

2. Tahapan Konten plan

Konten dapat diartikan sebagai struktur informasi yang terdapat di halaman situs atau informasi yang disediakan melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi serta mengukur berbagai format dan genre informasi yang berfungsi sebagai komponen nilai tambah media (Basarah & Gustina, 2020; Alfiani, et al., 2024). Membuat konten plan untuk di unggah di media sosial instagram @ceklissatu secara mingguan atau bulanan yang di sertakan waktu upload, jenis konten,tujuan dan contohnya. Pembuatan konten, bertugas membuat desain grafis, video pendek, dan materi kreatif lainnya yang sesuai dengan branding perusahaan. Selain itu, penulisan caption yang informatif dan *engaging* untuk meningkatkan interaksi dengan audiens.

Tabel 1. Kategori Media Sosial

Jenis Konten	Tujuan	Contoh
Awareness	Meningkatkan Kesadaran merek atau produk diantara audiens	Berita, tips, informasi menarik yang tidak mengandung unsur penjualan langsung
Promosi	Mempromosikan produk atau layanan dan mendorong pembelian	Iklan, Promo, penawaran khusus yang mensrik perhatian audiens
Edukatif	Memberikan informasi bermanfaat dan berguna kepada audiens.	Analisis berita, tips, tutorial, infografis yang membantu

		audiens mendapatkan pengetahuan baru.
Hiburan	Menghibur audien dengan cerita, gambar, atau video yang menarik dan lucu	Meme, video komedi, konten yang menghibur
Inspirasional	Memberikan motivasi atau dorongan kepada audiens untuk melakukan hal yang lebih baik	Cerita inspiratif, motivasi, konten yang memotivasi audiens
Interaktif	Melibatkan audiens dalam suatu aktivitas atau permainan yang interaktif	Kontes, permainan online, konten yang melibatkan audien secara aktif
User Generated (UGC)	Menggunakan konten yang dihasilkan oleh pengguna sendiri untuk membangun kepercayaan dan keakraban dengan audien	Mengupload ulang postingan populer dengan memberikan kredit pada pemilik asli
Live streaming	Menyediakan siaran langsung aktivitas atau event yang sedang berlangsung	Live streaming video, Q&A, konten yang disiarkan secara real time
Vlog	Membuat video narasi visual yang menarik, biasanya berfokus pada kegiatan sehari-hari atau cerita pribadi	Vlog perjalanan,
Tutorial	Memberikan panduan atau tips untuk melakukan sesuatu	Video tutorial, panduan membuat konten kreatif
Nostalgia	Menghidupkan kembali memori target pasar dengan keadaan mereka di masa lampau	Menggunakan gambar atau cerita dari masa lalu yang relevan dengan produk
Behind the scene	Menampilkan proses pembuatan atau aktivitas di balik layar	Video proses produksi, pengambilan gambar atau pengembangan produk

3. Tahapan editing (video dan foto)

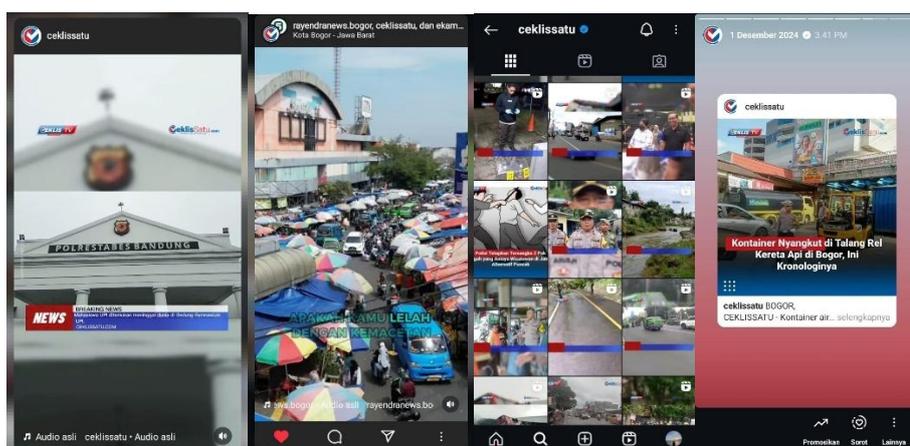
Editing merupakan proses yang melibatkan pengaturan dan penyusunan berbagai shot menjadi sebuah adegan, kemudian menyatukan adegan-adegan tersebut menjadi suatu urutan, dan akhirnya menyatukan urutan-urutan ini menjadi sebuah cerita yang utuh. Tujuan utama dari proses editing adalah untuk menyajikan cerita dengan jelas kepada pemirsa (Pangestu, Susanthi, & Prabhawita, 2021). Membuat desain postingan atau unggahan, seperti membuat desain hari besar nasional serta memastikan konsistensi visual, menulis teks untuk keterangan, memilih desain visual, dan narasi pada setiap unggahan, serta memantau interaksi audiens melalui komentar dan pesan langsung.



Gambar 1. Poster hari guru nasional

4. Tahapan Unggahan

Tahapan Terakhir memposting beberapa video berita dan berkolaborasi dengan tim yang bekerjasama dengan ceklissatu.com untuk mengelola proyek khusus, seperti kampanye promosi, atau konten yang terkait dengan acara tertentu (Kusuma, 2021; Kusumadinata, Ramadhan, Maulana, & Wiratama, 2023). Semua pekerjaan tersebut memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga dalam dunia pengelolaan media sosial.



Gambar 2. Unggahan berita

Selain pengelolaan akun instagram dilanjutkan dengan kegiatan wartawan di lapangan. Langkah ini merupakan tantangan baru dan memberi pengalaman berbeda dibandingkan bekerja di media sosial. Tanggung jawab sebagai wartawan lapangan fokus pada pengumpulan data secara langsung melalui pelaporan lapangan.



Gambar 3. Pemberitaan dari website ceklissatu.com

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Ceklissatu secara rutin memposting konten yang beragam, termasuk berita terkini, infografis, dan video pendek. Interaksi dengan audiens juga terlihat aktif melalui fitur komentar menunjukkan bahwa strategi distribusi berita melalui Instagram yang diterapkan oleh @Ceklissatu melibatkan kombinasi visual yang menarik. Penggunaan konten visual yang menarik terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens, terutama generasi muda. Selain itu, interaksi dua arah antara akun dan pengikut membantu membangun komunitas yang lebih terlibat. Meskipun Instagram bukan satu-satunya saluran distribusi berita, penggunaannya secara strategis mampu meningkatkan engagement dan jangkauan informasi, pemanfaatan fitur interaktif, serta konsistensi dalam unggahan konten. Beberapa temuan utama dari penelitian ini meliputi:

1. **Peningkatan Jangkauan dan Engagement** – Postingan berita yang dikemas dalam bentuk video singkat dan infografis mendapatkan lebih banyak interaksi dibandingkan teks panjang. Setelah konten diposting, tim media sosial melakukan pemantauan terhadap respons audiens, menjawab pertanyaan, serta berinteraksi melalui komentar dan direct message. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan (engagement) dan memperluas jangkauan berita.
2. **Perencanaan Konten** yang dibuat oleh tim media sosial. Jurnalis di Ceklissatu.com biasanya mengambil isu yang sedang tren untuk dijadikan pemberitaan. Biasanya aktivitas jurnalis seperti liputan, wawancara, harus disertakan oleh dokumentasi seperti foto dan video. Setelah muncul di website ceklissatu.com, dokumentasi yang diambil oleh jurnalis untuk memastikan berita yang disampaikan selalu relevan. Mereka mempertimbangkan topik yang sedang tren dan memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk memaksimalkan jangkauan.
3. **Pemanfaatan Fitur Instagram** – Stories dan Reels terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian *audiens* dibandingkan unggahan *feed* statis.
4. **Tantangan dalam Konsistensi Engagement** – Beberapa tantangan yang dihadapi dalam distribusi berita melalui Instagram adalah perubahan algoritma yang mempengaruhi jangkauan postingan, persaingan dengan media lain, serta kesulitan dalam memverifikasi informasi yang cepat beredar di media sosial. Meskipun

jangkauan luas, tingkat interaksi tidak selalu konsisten, terutama pada konten yang bersifat hard news dibandingkan soft news.

KESIMPULAN

Instagram merupakan kanal yang efektif untuk distribusi berita, terutama dalam menarik perhatian audiens dengan konten visual yang menarik. @Ceklissatu telah berhasil memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk meningkatkan jangkauan dan engagement. Namun, untuk meningkatkan efektivitas, diperlukan strategi yang lebih mendalam dalam mempertahankan tingkat interaksi audiens dan memanfaatkan algoritma Instagram secara optimal. Adapun aktivitas jurnalis di Instagram melibatkan berbagai proses mulai dari peliputan berita, wawancara narasumber, dokumentasi dari liputan hingga interaksi dengan audiens pada kanal Instagram. Pemanfaatan Instagram sebagai kanal distribusi berita memberikan keuntungan dalam hal jangkauan dan keterlibatan audiens, namun juga memiliki tantangan tersendiri seperti perubahan algoritma dan persaingan konten. Untuk meningkatkan efektivitas distribusi berita, jurnalis perlu memahami strategi penggunaan fitur Instagram serta terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

PUSTAKA

- Agustina, F., & Sari, D. P. (2020). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Pengetahuan Manajer, Pelatihan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi. *In Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*.
- Alfiani, M. R., Hariadi, M., Anwar, I., Adhetia, P., Nafisa, A., Utomo, P., . . . Kusumadinata, A. (2024). 4 Pilar Literasi Digital Yang Perlu Diketahui Masyarakat Desa Tugu Utara. *Jp2n: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(3), 240-247. Doi: <https://doi.org/10.62180/Mxcxqv50>.
- Basarah, F. F., & Gustina. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 5(2).
- Buchory, C. V. (2022). Berita Dalam Logika Instagram (Analisis Logika Media Sosial Akun Instagram Media Berita Alternatif. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 4(2), 23-39.
- Diniati, A., Mukhlisiana, L., & Syifaa, M. A. (2024). Workshop Konten Storytelling Bagi Umkm Dalam Mengoptimalkan Media Sosial. *Jp2n: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(3), 189-198. Doi: <https://doi.org/10.62180/1edd9009>.
- Fatisya, R., & Junipriansa, D. (2024). Implementasi Manajemen Konten Marketing Pada Akun Instagram@ Paradisojuicebali. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 13(2), 179-191.
- Filiana, W., & Rachmat, A. Z. (2022). Tahapan Perencanaan Dalam Kegiatan Program Kesetaraan Paket C Pkbn Mekar Sari Kabupaten Kaur. *Journal Of Lifelong Learning*, 5(1), 26-32.

- Istighfarin, A., & Istikhomah, F. (2024). Pengelolaan Akun Instagram Resmi Dinas Komunikasi Dan Informatika Sebagai Media Pemberitaan Pemerintahan Kab. Madiun. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital: 1, Nomor 2 Hal: 1-9*.
- Kusuma, D. (2021). Pengaruh Instagram Terhadap Engagement Pembaca Berita Online. . *Jurnal Komunikasi Dan Media, 8(1), 45-60*.
- Kusumadinata, A. A., Ramadhan, A., Maulana, D., & Wiratama, F. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Hagar Coffee & Liwet Melalui Akun Instagram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora, 9(3), 316-324*.Doi: <https://doi.org/10.29303/Jseh.V9i3.368>.
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital Dan Etika Jurnalisme Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram@ Tempodotco Dan@ Tribunjogja)(Digital Journalism And The Ethics Of Social Media Journalism (Study In The Instagram Account@ Tempodotco And@ Tribunjogja). *Jurnal Iptekkom Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi, 22(2), 159-174*.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pangestu, I., Susanthi, N. L., & Prabhawita, G. B. (2021). Memperkuat Tangga Dramatik Film “Senang Bertemu Denganmu” Melalui Penerapan Editing Aspek Ritmik. *Calaccitra: Jurnal Film Dan Televisi, 1(2), 58-65*.
- Solihat, M. (2015). Diversifikasi Media Massa Dan Demokrasi Di Indonesia. *Jipsi-Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi Unikom, 5(2)*.
- Yascya, M. N., & Widyowati, W. (2024). Pelatihan Penyusunan Konten Media Sosial Bagi Pemuda Desa Untuk Promosi Wisata Desa Wonokitri. *Jp2n: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara, 1(2), 114-121*.Doi: <https://doi.org/10.62180/4jacmq91>.
- Yuliani, W., & Banjarnahor, N. (2021). Metode Penelitian Pengembangan (Rnd) Dalam Bimbingan Dan Konseling. *Quanta Journal, 5(3), 111-118*.