

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama dalam penyebaran informasi dan interaksi sosial. Radar Jogja merupakan salah satu media lokal yang aktif menggunakan Instagram sebagai platform distribusi berita. Dengan jumlah pengikut yang cukup besar, Radar Jogja memiliki potensi besar untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiensnya. Namun, efektivitas penyampaian informasi di media sosial tidak hanya bergantung pada jumlah pengikut, tetapi juga pada bagaimana konten berita disajikan serta bagaimana audiens meresponsnya Afifah Subhah (2022). Dalam konteks ini, persepsi pengguna menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu media dalam membangun keterlibatan pengguna (*user engagement*).

Persepsi pengguna terhadap konten media sosial sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya tarik visual, relevansi informasi, dan interaksi yang dilakukan oleh akun tersebut menurut Azharia (2023). Pengguna cenderung lebih tertarik pada konten yang menarik secara visual dan memiliki relevansi dengan kebutuhan mereka. Selain itu, interaksi aktif antara pengelola akun dan pengikut dapat meningkatkan loyalitas serta keterlibatan pengguna dalam konsumsi informasi. Namun, tidak semua konten yang diunggah oleh akun berita mendapatkan respons yang positif. Beberapa faktor, seperti kurangnya interaksi, kurang menariknya format penyajian, atau kurang relevannya topik berita, dapat menjadi penghambat keterlibatan pengguna terhadap konten yang disajikan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi pengguna terhadap konten berita Instagram Radar Jogja, dengan fokus pada faktor-faktor yang menarik perhatian pengguna serta faktor-faktor yang menjadi penghambat keterlibatan mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai strategi yang dapat diterapkan oleh Radar Jogja dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi di media sosial serta memperkuat interaksi dengan audiensnya.

Radar Jogja, sebagai media lokal yang aktif di Instagram, menghadapi beberapa tantangan dalam meningkatkan keterlibatan dan respon positif dari pengikutnya, meskipun memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, tingkat interaksi seperti *likes*, *comment*, dan *share* pada setiap konten masih tergolong rendah. Masalah utama yang dihadapi oleh Radar Jogja adalah relevansi konten dengan minat audiens yang beragam tidak semua topik lokal yang disajikan menarik bagi seluruh pengikut, selain itu konsistensi dan kualitas penyajian konten menjadi tantangan lain karena pengikut di Instagram memiliki ekspektasi visual yang tinggi, sementara ketidakseragaman dalam desain dan frekuensi unggahan dapat mengurangi daya tarik akun tersebut. Radar Jogja juga harus bersaing dengan berbagai akun media lain di platform yang sama, termasuk media nasional dan platform visual seperti Tiktok dan YouTube yang mulai mendominasi perhatian audiens yang serupa.

Sebagai media yang berfokus kepada berita dan informasi lokal, Radar Jogja menggunakan media Instagram untuk menyajikan berbagai jenis konten berita, mulai dari berita terkini, informasi budaya, iklan, dan masih banyak lagi. Dengan konten yang bervariasi dan visual yang menarik, Radar Jogja berusaha tidak hanya untuk menyebarkan informasi saja, tetapi juga membangun hubungan yang dekat dengan pengikutnya. Instagram memungkinkan Radar Jogja untuk berkomunikasi secara langsung dengan para pengikutnya di Instagram. Menurut (Destiny, 2023), pemahaman yang mendalam tentang karakteristik audiens dapat membantu media dalam merumuskan strategi konten yang lebih efektif. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana Radar Jogja mengelola konten Instagram nya untuk meningkatkan jumlah pengikutnya.



Gambar 1.1 Instagram Radar Jogja

Sumber: Instagram Radar Jogja

Akun Instagram *Radar Jogja* merupakan salah satu media penyebaran informasi yang cukup aktif dalam membagikan berita dan konten seputar Yogyakarta. Berdasarkan data yang ditampilkan, akun ini memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, menunjukkan bahwa ada minat yang signifikan dari pengguna Instagram terhadap konten yang disajikan. Selain itu, dapat diamati jenis-jenis konten yang diunggah, seperti berita terkini, infografis, dan unggahan interaktif seperti jajak pendapat atau kuis. Namun, jumlah pengikut yang banyak tidak selalu mencerminkan tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi dari pengguna.

Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama dalam memahami bagaimana persepsi pengguna terhadap konten yang disajikan oleh *Radar Jogja*. Persepsi pengguna sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti relevansi konten, gaya penyajian informasi, serta interaksi antara pengelola akun dan pengikutnya. Beberapa konten mungkin mendapatkan respons yang tinggi berupa like, komentar, dan share, sementara yang lain kurang diminati. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor apa saja yang dapat menarik perhatian pengguna dan sebaliknya, faktor apa yang justru menghambat keterlibatan mereka terhadap konten yang diunggah.

Dalam penelitian ini, analisis akan difokuskan pada bagaimana pengguna Instagram menilai dan merespons konten *Radar Jogja*, menggunakan pendekatan teori persepsi untuk memahami bagaimana audiens menginterpretasikan pesan yang disampaikan. Dengan memahami faktor-faktor

yang berkontribusi terhadap persepsi positif maupun negatif terhadap konten, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi *Radar Jogja* dalam mengembangkan strategi konten yang lebih efektif.



Gambar 1.2 Insight Pengikut Radar Jogja

Sumber: Instagram Radar Jogja

Insight dari akun instagram Radar Jogja tersebut menunjukkan bahwa mayoritas audiens berusia 25-34 tahun (generasi milenial), sementara audiens berusia 18-24 tahun (generasi z) berada di posisi kedua, salah satu penyebab utama adalah kurangnya konten yang mengikuti zaman atau trend sehingga menyebabkan berbagai konten tidak bisa disebar luaskan dengan baik. Sebagai media penyebaran informasi, Instagram Radar Jogja harus mampu menyajikan konten dengan baik tidak hanya informatif akan tetapi juga dapat menarik audiens untuk memberikan *comment* positif pada setiap postingan yang telah Radar Jogja unggah.

Salah satu tantangan utama adalah bagaimana memastikan konten yang diproduksi tetap relevan dan interaksi para pengikut Radar Jogja itu sendiri. Algoritma Instagram yang terus berkembang juga mempengaruhi cara konten ditampilkan pada pengguna Instagram. Dalam era digital, media sosial telah menjadi sarana yang sangat penting bagi massa untuk menyampaikan informasi dan dapat berinteraksi dengan audiens. Instagram dengan karakter visual yang

kuat, memberikan peluang besar bagi media lokal untuk menjangkau masyarakat setempat, akun seperti Radar Jogja (@radarjogja) dan Radar Kediri (@radarkediri), yang sama-sama berada di bawah grup Jawa Pos, menunjukan upaya dalam memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan berita lokal, namun terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengelolaan kedua akun tersebut, termasuk status verifikasi dan strategi konten yang digunakan.

Instagram Radar Kediri telah mendapatkan status *verified* (centang biru), yang menandakan bahwa akun tersebut telah diakui keasliannya oleh Instagram. Status ini memberikan kredibilitas tambahan kepada akun, meningkatkan kepercayaan, dan membantu konten lebih mudah terlihat di algoritma Instagram. Sebaliknya, Radar Jogja belum memperoleh centang biru yang bisa memengaruhi persepsi audiens terhadap profesionalisme dan kepercayaan terhadap akun tersebut. Menurut penelitian (Maulana dan Hidayati, 2020) verifikasi di media social memiliki dampak yang signifikan terhadap keterlibatan audiens, terutama dalam hal kepercayaan dan loyalitas.

Pengelolaan konten yang baik di Instagram mencakup perencanaan, produksi, dan distribusi konten yang sesuai dengan preferensi audiens. Kualitas dan konsistensi konten menjadi faktor penting dalam menciptakan keterlibatan yang tinggi. Penelitian oleh (Ananda, 2024) menunjukkan bahwa konten yang relevan dan menarik secara signifikan mempengaruhi loyalitas pengikut di media sosial. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang audiens sangat diperlukan untuk menciptakan konten yang mampu menarik perhatian. Audiens sering kali disebut sebagai penerima, sasaran, atau khalayak, termasuk penonton (televisi, dan film), pendengar (radio), pembaca (media cetak, seperti koran, majalah, buku, dan tabloid), serta pengguna internet atau media sosial. Audiens menjadi target utama yang diperebutkan oleh media massa. Pengelolaan media merupakan upaya strategis untuk menarik perhatian dan memenangkan hati audiens tersebut. Para pengelola media berlomba menciptakan ide dan konten yang bertujuan untuk menggaet sebanyak mungkin audiens

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan pengikut Instagram Radar Jogja terhadap konten yang di unggah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen konten yang menarik perhatian pengikut dan merangsang interaksi, serta mengungkap hambatan-hambatan yang menyebabkan rendahnya keterlibatan audiens pada beberapa unggahan, dengan mempelajari persepsi pengikut, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan sebuah wawasan mengenai preferensi konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens Radar Jogja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan audiens dan hambatan pada pengikut Instagram terhadap konten Radar Jogja.

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi analisis persepsi pengikut Radar Jogja untuk mengetahui keterlibatan serta hambatan bagi Perusahaan Radar Jogja berdasarkan analisis faktor-faktor tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan masukan sesuai dengan teori persepsi dalam konteks di media social, khususnya dalam memahami bagaimana sebuah pengguna Instagram merespons atau memberikan umpan terhadap konten yang telah di unggah oleh Radar Jogja. Penelitian ini memeberikan sebuah wawasan tentang bagaimana dinamika sebuah interaksi antara audiens dan media lokal di platform digital.
- b. Penelitian ini juga memberikan sebuah kontribusi terhadap teori jurnalisme lokal dalam menyoroti peran media sosial, seperti Instagram yang menjadi peran sebagai saluran untuk menyampaikan sebuah informasi lokal yang

relevan. Hal tersebut mempermudah diskusi teoritis tentang bagaimana media lokal dapat beradaptasi serta bertukar pikiran kepada Masyarakat.

- c. Penelitian ini juga memberikan sebuah pengembangan tentang bagaimana teori persepsi yang melibatkan sebuah faktor-faktor keterlibatan pengguna. Penelitian ini juga mengembangkan kontribusinya secara langsung pada strategi konten berbasis audiens untuk media lokal.

1.4.2 Manfaat Praktisi

- a. Penelitian ini juga diharapkan memberikan sebuah rekomendasi strategi kepada Radar Jogja dalam meningkatkan efektivitas pengguna Instagram sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi. Rekomendasi tersebut mencakup jenis konten, format, dan gaya penyampaian yang dapat menarik perhatian para audiens sekaligus dapat mendorong keterlibatan para pengikut.
- b. Penelitian ini juga dapat membantu Radar Jogja memahami berbagai faktor-faktor yang menjadikan daya tarik kepada audiens maupun dapat mengetahui penghambat keterlibatan pengguna Instagram. Informasi tersebut, diharapkan Radar Jogja dapat menyesuaikan strategi kontennya agar lebih menarik perhatian dan preferensi audiensnya.
- c. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh Radar Jogja untuk memperkuat kembali posisi media lokal yang tidak hanya informatif akan tetapi juga interaktif di era digital saat ini. Radar Jogja juga diharapkan dapat menyusun langkah-langkah untuk mempertahankan loyalitas audiens dan meningkatkan jangkauan konten lokal di platform Instagram pada saat ini.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah sebuah pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1) Bab I Pendahuluan

Bab tersebut membahas tentang sebuah latar belakang permasalahan yang diteliti, merumuskan sebuah masalah penelitian, serta menetapkan tujuan penelitian, dan membahas manfaat penelitian, serta Menyusun sistematika pembahasan skripsi.

2) Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan Pustaka yang mendalam, dan mencakup penelitian-penelitian sebelumnya, landasan teori yang mendasari penelitian ini, serta adanya kerangka konseptual yang dibangun berdasarkan tinjauan Pustaka tersebut.

3) Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan secara terperinci metode penelitian yang telah digunakan dalam mengembangkan system informasi tersebut. Penjelasan ini meliputi jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta upaya untuk memastikan keabsahan data dalam hasil penelitian tersebut.

4) Bab IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini diawali dengan membahas sebuah profil instansi yang menjadikan objek penelitian ini, selanjutnya bab ini menyajikan hasil dari penelitian yang telah diteliti, analisis data, dan pembahasan secara mendalam terhadap temuan-temuan yang telah diperoleh.

5) Bab V Penutup

Bab ini menyajikan sebuah Kesimpulan dan saran berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diperoleh. Kesimpulan berisi mengenai rangkuman dan analisis terhadap permasalahan yang telah diteliti. Saran memberikan sebuah rekomendasi untuk mengatasi sebuah kendala peneliti lebih lanjut.

6) Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir skripsi membahas tentang daftar Pustaka dan daftar lampiran.

