



Strategi Komunikasi Instagram Radar Depok Dalam Menyampaikan Berita

Muhammad Rayhan Ramadhani¹, Arina Muntazah²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa,
Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

e-mail: rayhanramadhani2002@gmail.com, arina.rtz@bsi.ac.id

Abstract

The development of digital technology has transformed the way people consume information. Instagram, as one of the most popular social media platforms, has been utilized by mass media to deliver news in a fast, visual, and interactive manner. This study aims to examine the communication strategies employed by the Instagram account @radar.depok in disseminating news to the people of Depok. The research method applied is descriptive qualitative, using interviews, observations, and documentation as data collection techniques. Data analysis is conducted through the SOSTAC framework (Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) and Lasswell's communication model. The findings reveal that Radar Depok implements a structured communication strategy, ranging from content planning, utilization of Instagram features (feed, reels, story), to active interaction with the audience. This strategy strengthens the credibility of @radar.depok as a trusted local news source.

Keywords: Communication Strategy, Instagram, Radar Depok, SOSTAC, Lasswell

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Instagram sebagai salah satu media sosial populer dimanfaatkan oleh media massa untuk menyampaikan berita secara cepat, visual, dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan akun Instagram @radar.depok dalam menyampaikan berita kepada masyarakat Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan SOSTAC (Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) serta teori komunikasi Lasswell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Depok menerapkan strategi komunikasi yang terstruktur, mulai dari perencanaan konten, penggunaan fitur Instagram (feed, reels, story), hingga interaksi dengan audiens. Strategi ini memperkuat kredibilitas @radar.depok sebagai sumber informasi lokal terpercaya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Instagram, Radar Depok, SOSTAC, Lasswell

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses informasi, termasuk berita. Kehadiran internet dan media sosial menjadikan distribusi berita lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses dibandingkan media cetak maupun televisi. Laporan *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa pengguna internet global mencapai 5,44 miliar jiwa atau 67,1% dari populasi dunia. Hal ini menegaskan bahwa media sosial kini telah menjadi ruang utama dalam penyebaran informasi.

Instagram sebagai salah satu platform populer memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif. Karakter visual dan fitur interaktifnya membuat Instagram banyak dimanfaatkan oleh media massa untuk menyampaikan berita. Namun, kemudahan akses ini juga menimbulkan tantangan berupa penyebaran hoaks dan informasi negatif. Oleh karena itu, strategi komunikasi menjadi sangat penting agar media dapat menjaga kredibilitas sekaligus menarik perhatian audiens.

Radar Depok sebagai media lokal di Kota Depok turut memanfaatkan Instagram melalui akun @radar.depok, yang aktif sejak Januari 2022. Akun ini fokus menyajikan informasi seputar peristiwa di Depok dengan jumlah pengikut hampir 50 ribu dan ribuan unggahan. Melalui Instagram, Radar Depok berupaya menjadi sumber informasi aktual bagi masyarakat, sekaligus bersaing dengan media daring lain yang juga hadir di wilayah tersebut.

Strategi komunikasi yang efektif diperlukan agar pesan yang disampaikan dapat diterima audiens dengan baik. Menurut Effendy (2018), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan strategi yang terstruktur, media dapat mengatur alur produksi, distribusi, hingga evaluasi konten berita.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Instagram @radar.depok dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Pertanyaan utama penelitian adalah bagaimana akun tersebut menyusun strategi komunikasi untuk menyebarkan informasi, menarik audiens, serta mempertahankan perannya sebagai sumber berita lokal terpercaya.

KAJIAN TEORITIS

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dipahami sebagai perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Effendy (2018) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan peta jalan yang mengarahkan proses penyampaian pesan, sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Strategi yang efektif mencakup aspek perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

2. Media sosial dan Instagram

Merupakan suatu konsep yang mengacu pada beragam teknologi berbasis web yang dirancang untuk menghubungkan individu dalam kegiatan kolaborasi, pertukaran informasi, serta interaksi melalui konten pesan.

Instagram merupakan aplikasi media sosial berbasis smartphone yang termasuk dalam kategori media digital, dengan fungsi yang secara umum mirip dengan Twitter (Porwanti, 2022).

3. Model Komunikasi Lasswell

Model komunikasi Lasswell menyatakan bahwa komunikasi dapat dipahami melalui lima elemen utama: Who (siapa komunikatornya), Says What (pesan apa yang disampaikan), In Which Channel (saluran apa yang digunakan), To Whom (siapa audiensnya), With What Effect (dampak apa yang ditimbulkan). Model ini membantu penelitian untuk memetakan proses komunikasi yang dilakukan oleh media dalam menyampaikan pesan.

4. Model SOSTAC

SOSTAC adalah kerangka perencanaan komunikasi yang diperkenalkan oleh P. R. Smith (1990-an) dan dikembangkan oleh Kotler. SOSTAC terdiri dari enam tahapan: Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control. Model ini bermanfaat untuk menganalisis situasi, merumuskan tujuan, menentukan strategi, menyusun taktik, melaksanakan aksi, serta mengontrol hasil. Dengan kerangka ini, media dapat mengembangkan strategi komunikasi yang terukur dan efektif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi komunikasi akun Instagram @radar.depok dalam menyampaikan berita kepada masyarakat. Metode kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam proses, makna, dan strategi komunikasi yang dilakukan, bukan sekadar menampilkan data angka.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga teknik, yaitu:

1. Observasi – dilakukan pada akun Instagram @radar.depok untuk mengamati bentuk konten, pola unggahan, serta interaksi dengan audiens.
2. Wawancara – dilakukan dengan informan kunci, yaitu admin akun Instagram dan Pemimpin Redaksi Radar Depok, untuk memperoleh informasi langsung mengenai strategi komunikasi yang diterapkan.
3. Dokumentasi – berupa analisis dokumen pendukung seperti tangkapan layar unggahan, data insight, serta struktur organisasi pengelola akun Radar Depok.

Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan SOSTAC (*Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) yang menekankan pada analisis situasi, penentuan tujuan, penyusunan strategi, penerapan taktik, langkah aksi, serta evaluasi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan model komunikasi Lasswell dengan lima unsur utama: *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect*.

Kombinasi kedua model tersebut memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana Radar Depok merencanakan, melaksanakan, serta mengevaluasi strategi komunikasinya melalui Instagram dalam upaya menarik audiens dan menjaga kredibilitas sebagai media lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Radar Depok

Radar Depok adalah media lokal yang berdiri sejak tahun 2010 dan bertransformasi ke platform digital untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi cepat. Melalui akun Instagram @radar.depok, media ini menghadirkan berita seputar Depok dengan lebih dari 17 ribu unggahan dan puluhan ribu pengikut.

Hasil Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @radar.depok berperan penting dalam menyampaikan berita lokal kepada masyarakat Depok. Berdasarkan hasil wawancara dengan admin akun, proses pengelolaan konten dilakukan oleh tim kecil yang terdiri dari dua orang, yaitu admin dan editor. Admin bertugas mengunggah konten, berinteraksi dengan audiens, serta memantau insight Instagram. Sedangkan editor bertanggung jawab pada aspek visual agar konten tetap menarik dan konsisten.

Menurut pernyataan Fadlurahman Rafi (Admin Instagram), alur kerja dimulai dari wartawan yang meliput berita, kemudian diserahkan ke redaktur, setelah itu tim Instagram mengolahnya agar sesuai dengan format visual Instagram. Ia menegaskan:

“Kalau berita masuknya ke website dulu, baru kami olah ulang untuk Instagram. Jadi kami nggak bisa asal posting tanpa ada validasi dari redaksi.”

Hal ini menunjukkan adanya alur kerja yang jelas dan verifikasi berlapis sebelum konten dipublikasikan.

Selain itu, Radar Depok juga membuka ruang partisipasi publik. Berdasarkan wawancara dengan Pemimpin Redaksi (Fahmi Akbar), banyak masyarakat yang mengirimkan laporan melalui WhatsApp atau DM Instagram. Laporan tersebut kemudian diverifikasi sebelum diunggah. Ia menyatakan:

“Banyak warga Depok yang ngasih info, kadang foto atau video kejadian. Tapi kita selalu pastikan dulu ke lapangan atau ke pihak berwenang sebelum diposting, supaya nggak jadi hoaks.”

Dari segi konten, akun @radar.depok mengutamakan berita lokal Depok sebagai prioritas utama. Namun, untuk menjaga variasi dan keterlibatan audiens, akun ini juga sesekali menyajikan berita nasional atau internasional yang relevan. Konten disajikan dalam tiga format utama: feed (headline berita dengan infografis), reels (video singkat peristiwa), dan story (pembaruan cepat, *reshare*, atau polling interaktif).

Evaluasi dilakukan melalui fitur Insight Instagram untuk melihat jangkauan, likes, komentar, dan share. Admin menyampaikan bahwa evaluasi ini penting untuk menilai efektivitas strategi komunikasi.

“Kalau *insight*-nya turun, kita coba variasikan konten, misalnya bikin reels atau story interaktif. Jadi nggak cuma posting berita aja.” (Fadlurahman Rafi)

Pembahasan

Analisis Berdasarkan Model SOSTAC

1. Situation Analysis – Radar Depok berada di posisi strategis sebagai media lokal yang dipercaya masyarakat, namun harus bersaing dengan media daring lain.
2. Objectives – Menyampaikan informasi cepat, akurat, serta meningkatkan keterlibatan audiens di Instagram.
3. Strategy – Mengoptimalkan visual, bahasa sederhana, dan memanfaatkan partisipasi warga untuk memperkuat kredibilitas.
4. Tactics – Menggunakan kombinasi feed, reels, dan story sesuai karakteristik konten.
5. Action – Konten diproduksi melalui alur liputan wartawan → editing → publikasi Instagram.
6. Control – Evaluasi dengan *insight* dan umpan balik audiens, lalu menyesuaikan strategi ke depan.

Analisis Berdasarkan Teori Lasswell

- Who (Komunikator): Tim redaksi dan admin Instagram Radar Depok.
- Says What (Pesan): Informasi aktual, khususnya isu-isu lokal Depok.
- Channel (Saluran): Instagram (feed, reels, story).
- To Whom (Komunikan): Masyarakat Depok, terutama pengguna aktif media sosial.
- With What Effect (Efek): Masyarakat mendapat informasi cepat, meningkatkan literasi lokal, dan memperkuat citra Radar Depok sebagai media terpercaya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @radar.depok telah berhasil menerapkan strategi komunikasi digital yang terstruktur dengan memanfaatkan kerangka SOSTAC dan model komunikasi Lasswell. Radar Depok menekankan kredibilitas berita lokal

dengan proses perencanaan, produksi, hingga distribusi konten yang konsisten melalui fitur feed, reels, dan story.

Strategi komunikasi yang dilakukan terbukti mampu:

1. Menyajikan berita secara cepat, akurat, dan mudah dipahami oleh masyarakat Depok.
2. Meningkatkan keterlibatan audiens melalui interaksi aktif pada komentar, likes, share, maupun partisipasi warga melalui pesan langsung.
3. Memperkuat citra @radar.depok sebagai sumber informasi lokal terpercaya di tengah persaingan media daring.

Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media distribusi berita tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan dan keterlibatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchjana. 2018. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Handika, R. A. (2024). *KABUPATEN BANDUNG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram SKRIPSI*.

Ramadhani, A. P. (2022). *Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon Dalam Memeberikan Informasi Ter-Update Seputar Kota Cilegon*.

Khayrani. (2022). Analisis Strategi Digital Marketing Dengan Metode SOSTAC Pada Sepatu Pollenzo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 9(1).

Cahyani, Y., & Muntazah, A. (2025). Pengaruh terpaan konten FYP TikTok terhadap emosional Gen Z pada siswa SMK Al-Muhtadin Depok. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 11–20. <https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi/article/view/36>

Butar, M., Cangara, H., Wahid, U. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM KEGIATAN PROMOSI KULINER @POLKADOTKITCHEN*. 7(1), 7-13.

Rahayu, G.D. (2025). Analisis Strategi Komunikasi Konten Edukatif @ibuiramira.

Kotler, P. (2022). *Marketing Strategy with SOSTAC*.