



Pemanfaatan Instagram sebagai Media Publikasi Informasi di Radio Republik Indonesia Bogor

Utilization of Instagram as a Medium for Publishing Information on Radio Republik Indonesia Bogor

Alya Az Zahra Iriana Putri^{1*}, Sutisna Rianto²

^{1,2} Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Indonesia

Corresponding author*: alyaazzahra03irianaputri@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Radio Republik Indonesia (RRI) Bogor sebagai lembaga penyiaran publik menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana RRI Bogor beradaptasi dengan era digital dan memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi informasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan tim divisi Media Sosial RRI Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh RRI Bogor sudah mencerminkan enam karakteristik media baru dari Lister *et al.*, yaitu: digitalisasi informasi, interaksi dua arah yang dinamis, penggunaan *hypertextual*, membuka jaringan kolaborasi, serta virtual dan simulasi yang memperkuat citra RRI Bogor sebagai lembaga profesional. Namun, ditemukan juga tantangan yang dihadapi berupa keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan akun Instagram. Simpulan penelitian ini adalah Instagram merupakan media yang potensial bagi RRI Bogor dalam melakukan publikasi informasi, dengan memahami karakteristik media baru serta hambatan yang ada, RRI Bogor dapat memperkuat eksistensinya sebagai lembaga penyiaran publik yang adaptif dan informatif di era digital.

Kata Kunci: Media Baru; Instagram; Publikasi Informasi

Abstract

*Radio Republik Indonesia (RRI) Bogor as a public broadcasting institution faces challenges in adapting to the development of digital technology and changes in the public's information consumption patterns, which now access more information through social media. This study aims to analyze how RRI Bogor adapts to the digital era and utilizes Instagram as a medium for publishing information. The research method uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews with the Social Media division team of RRI Bogor. The results of the study indicate that the use of Instagram by RRI Bogor reflects the six characteristics of new media from Lister *et al.*, namely: digitalization of information, dynamic two-way interaction, use of *hypertextual*, opening collaboration networks, and virtual and simulations that strengthen RRI Bogor's image as a professional institution. However, challenges were also found in the form of limited human resources in managing Instagram accounts. The conclusion of this study is that Instagram is a potential media for RRI Bogor in publishing information, by understanding the characteristics of new media and the obstacles that exist, RRI Bogor can strengthen its existence as an adaptive and informative public broadcasting institution in the digital era*

Keyword: New Media; Instagram; Information Publication

PENDAHULUAN

Dalam menjalani kehidupan seorang manusia memiliki kebutuhan akan informasi. Kebutuhan akan informasi dapat muncul karena keadaan pada diri seseorang tersebut, seperti untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, tugas yang harus diselesaikan, hingga memperluas pengetahuan. Informasi merupakan kebutuhan penting yang dapat memberikan manfaat besar bagi individu yang memanfaatkannya, baik dalam menemukan fakta, menyelesaikan masalah, maupun membuat Keputusan (Novianti 2020). Menurut Rambe (2021) Informasi adalah data yang telah diproses dan diolah sehingga dapat menambah wawasan atau pengetahuan seseorang. Informasi yang dibutuhkan setiap individu sangatlah beragam sehingga diperlukan sebuah media untuk memungkinkan pertukaran informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Media sosial merupakan inovasi yang lahir dari pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi. Pada era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu platform yang paling dominan dalam penyebaran informasi di masyarakat. Media sosial sebagai sarana pertukaran informasi tidak mengenal jarak dimana membuat suatu kondisi mendekatkan jarak satu sama lain bahkan menjadi tidak berjarak akibat dari mudahnya pengguna media sosial untuk dapat melakukan interaksi dengan siapapun, kapanpun dan dimanapun (Turnip 2021). Pemanfaatan media sosial dapat memperluas jangkauan komunikasi serta memungkinkan individu untuk menjalin koneksi dengan lebih banyak orang di berbagai belahan dunia (Wulandari 2024).

Berdasarkan data yang dirilis oleh We Are Social pada Januari 2025 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta jiwa, mencakup 50,2% dari total populasi. Hal ini mengisyaratkan seberapa besar ketergantungan masyarakat kini terhadap internet. Mudahnya penggunaan internet yang bisa diakses kapanpun melalui handphone, laptop, maupun tablet yang bisa dibawa kemanapun menjadikan media sosial bukan hanya untuk berkomunikasi melainkan untuk mencari informasi (Lubis 2023). Melalui internet, seseorang dapat memperoleh berbagai informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkannya (Siregar 2024).

Salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah Instagram dengan jumlah pengguna aktif sekitar 103 juta, jumlah ini setara dengan 36,3% dari total populasi dan 48,7% dari basis pengguna internet di Indonesia (Dataportal 2025). Instagram kini bukan hanya digunakan untuk keperluan pribadi, tetapi juga telah dimanfaatkan secara luas oleh institusi, termasuk media massa, sebagai sarana publikasi dan komunikasi dua arah dengan audiens.

Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai salah satu lembaga penyiaran publik memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat, edukatif, dan mendukung kepentingan publik. Perkembangan teknologi informasi menuntut media untuk menyediakan informasi sesuai kebutuhan dan keinginan pengguna. Seiring dengan perkembangan teknologi tingkat kebutuhan informasi masyarakat juga terus meningkat. Sehingga sumber informasi yang sesuai dan menunjang kebutuhan informasi bagi setiap individu sangat dibutuhkan. Hal ini menegaskan bahwa media memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi (Marzella 2024).

Di tengah menurunnya minat masyarakat terhadap media tradisional seperti radio,

Radio Republik Indonesia (RRI) Bogor dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan memanfaatkan platform digital untuk mempertahankan eksistensinya. Salah satu strategi yang ditempuh adalah dengan menggunakan Instagram sebagai media publikasi informasi kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih aktif di media sosial. Menurut Damayanti (2023) pemanfaatan media sosial oleh organisasi maupun instansi pemerintah dinilai sangat penting, karena media ini menjadi salah satu sarana yang efektif untuk menyebarluaskan mengenai informasi positif secara lebih massif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marzella (2024) mengkaji “Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi di Instagram @folkative” berfokus pada bagaimana Instagram folkative dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi yang kaya berdasarkan teori kesempurnaan media. Sedangkan, penelitian ini lebih menyoroti bagaimana lembaga penyiaran publik beradaptasi dengan logika media baru dalam menyampaikan informasi secara digital dan interaktif melalui Instagram.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi pemanfaatan Instagram oleh RRI Bogor dalam mempublikasikan informasi kepada publik?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi RRI Bogor dalam memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi?

TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis strategi RRI Bogor dalam memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi informasi.
2. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi RRI Bogor dalam menggunakan Instagram sebagai media publikasi.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari fenomena yang akan diteliti. Lokasi penelitian dilakukan di Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Bogor yang berlokasi di Jl. Pangrango No. 34, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Pengambilan data dan informasi dijadwalkan berlangsung dari tanggal 20 Januari hingga 30 April 2025.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini bersifat kualitatif, terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara mendalam dengan *stakeholders* yang terdiri dari staf divisi Media Sosial untuk memahami bagaimana RRI Bogor memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi informasi kepada masyarakat. Data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal, artikel terdahulu, dan berbagai sumber lainnya sebagai acuan dan pendukung dalam menganalisis data primer. Instrumen yang digunakan meliputi *Audio recorder* sebagai alat dalam melakukan wawancara tatap muka untuk menghindari kehilangan informasi yang penting dan memastikan keakuratan data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman yang terdiri dari tiga komponen yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini

menggunakan teori New Media oleh Pierre Levy, sebuah teori yang menjelaskan tentang perkembangan media, khususnya dari media konvensional ke era digital. Lister, Dovey, Giddings, Grant dan Kelly (Maryolein 2019) menyatakan bahwa terdapat enam karakteristik dari media baru, yaitu 1) Digital; 2) Interaktivitas; 3) *Hypertextual*; 4) Jaringan; 5) Virtual, dan; 6) Simulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era berkembangnya teknologi digital saat ini menuntut RRI Bogor sebagai lembaga penyiaran publik untuk mengikuti zaman dan beralih menuju media multi-platform. Pemanfaatan media baru memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan personal dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media konvensional. Pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi ini dilakukan untuk menarik pendengar dan pemerhati untuk mengenal RRI dengan cara yang lebih modern. Karena masih banyak orang mengenal RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang jadul. Maka dimanfaatkan lah Instagram untuk memperkenalkan wajah RRI yang baru yang lebih modern dan mengikuti zaman. Pemanfaatan Instagram oleh RRI Bogor dapat dianalisis melalui enam karakteristik media baru sebagaimana dikemukakan oleh Lister dalam Damayanti (2023), yaitu digital, interaktif, *hypertextual*, jaringan, virtual, dan simulasi.

1. Digital

Digitalisasi adalah proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital (Rahayua 2021). Karakteristik digital RRI Bogor berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi informasi di era digital saat ini. Pemilihan Instagram sebagai media publikasi digital oleh RRI Bogor didasari oleh banyaknya peminat dan pengguna platform tersebut. Karakteristik Instagram seperti visual yang kuat, jangkauan audiens yang luas, dan fitur interaktif pun mendukung RRI untuk melakukan publikasi informasi secara lebih efektif. Menurut Elazhari (2023) media sosial merupakan sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat di era saat ini.

2. Interaktivitas

Interaktivitas merupakan nilai utama yang ditawarkan oleh adanya media baru. Media baru menawarkan komunikasi dua arah yang lebih aktif. Menggunakan jaringan internet komunikasi yang terjalin pada media baru akan jauh lebih praktis.

Radio Republik Indonesia (RRI) Bogor menggunakan Instagram sebagai media untuk melakukan publikasi dengan tujuan agar audiensnya dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi. Karena bersifat online, Instagram dapat dengan mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Instagram sebagai platform digital memungkinkan interaksi langsung antara RRI Bogor dengan audiensnya. Fitur seperti komentar, polling di stories, dan konten Q&A sesekali digunakan untuk membuka ruang dialog dan membangun rasa keterlibatan audiens dengan RRI Bogor. Hal ini dapat memperkuat hubungan dua arah yang sebelumnya tidak tersedia dalam format siaran radio satu arah.

3. Hypertextual

Hypertextual merupakan potongan teks yang jika diakses dapat memberi

sambungan pada halaman situs lainnya. Hiperteks memungkinkan seseorang untuk dengan mudah berpindah antar konten, melakukan pencarian konten, dan lain sebagainya (Indrawan 2020).

Dalam hal ini *hypertextual* dimanfaatkan RRI Bogor untuk menaruh link pada bio Instagramnya. Ketika link tersebut diklik dapat terhubung dengan informasi seputar Rate card dan akun media sosial Youtube dari RRI Bogor itu sendiri. Selain itu, *hypertextual* juga dimanfaatkan RRI Bogor untuk menarik audiens mengunjungi RRI Digital atau website resmi dari RRI. Dalam setiap konten informasi yang dipublikasikan lewat konten Instagramnya, RRI Bogor selalu mencantumkan *hypertextual* pada caption atau pada akhir postingannya.

4. Jaringan

Menurut lister dalam (Maryolein 2019) jaringan bertujuan untuk mempermudah penggunaannya memperluas koneksi mereka dengan cakupan yang lebih luas. Hal ini dapat berupa adanya proses hubungan atau bentuk kerjasama antara satu pihak dengan pihak lainnya. Instagram sebagai media digital memfasilitasi konektivitas antara RRI Bogor dengan mitra seperti akun RRI pusat, RRI daerah lain, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, komunitas local, dan lain sebagainya. Kolaborasi ini biasanya berupa unggahan bersama dari fitur yang telah disediakan oleh platform Instagram.

5. Virtual

Virtual dapat diartikan sebagai sesuatu yang ada atau terjadi secara digital atau melalui simulasi komputer. Virtual juga berperan sebagai representasi identitas postmodern, mencakup seni, hiburan, konsumsi, dan budaya visual, sehingga apa yang ada di dunia nyata dapat tercermin di dunia maya. Instagram menghadirkan representasi virtual dari kegiatan fisik RRI Bogor. Kegiatan peliputan berita, podcast, dialog interaktif, potensi daerah, berita yang sedang viral, hingga kegiatan dikantor RRI pun ditampilkan secara visual. Melalui gambar dan video yang diupload dalam bentuk feeds dan reels , audiens dapat merasakan "kehadiran" dalam suatu acara atau program, meskipun secara fisik tidak hadir. Ini menciptakan ruang komunikasi publik yang bersifat imajinatif namun kuat secara visual.

6. Simulasi

Simulasi dapat diartikan sebagai imitasi dan representasi. Karakteristik ini berkaitan dengan penciptaan dunia simulasi yang dibuat berdasarkan suatu model tertentu (Yunus & Mahpuddin 2020).

Sebagaimana karakter media baru, konten informasi yang dipublikasikan pada Instagram RRI Bogor bukan hanya mencerminkan kenyataan, tetapi juga mengonstruksi realitas tertentu. Konten yang diunggah oleh RRI Bogor merupakan hasil proses kurasi, penyuntingan, dan penyajian ulang dari realitas yang ingin ditampilkan. Hal ini menunjukkan unsur simulasi, di mana media tidak sekadar mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk persepsi audiens terhadap peran dan citra lembaga. Dalam hal ini tim Media Sosial RRI Bogor berupaya membuat tampilan setiap konten informasi yang diposting konsisten dan profesional. Seperti pemilihan

visual yang formal, dominasi warna biru yang mencerminkan lembaga RRI, narasi yang serius untuk informasi berita pemerintahan, narasi yang santai untuk informasi yang ringan dan caption yang informatif memperkuat citra RRI sebagai lembaga informatif dan terpercaya.

Tantangan dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Informasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan tim Media Sosial RRI Bogor. Dalam proses pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi informasi, RRI Bogor menghadapi sejumlah tantangan yang memengaruhi efektivitas penyampaian informasi kepada publik. Adapun tantangan dari pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi oleh RRI Bogor tersebut adalah Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi RRI Bogor adalah kurangnya personel yang bertugas mengelola Instagram RRI Bogor. Saat ini tim divisi Media Sosial yang dimiliki RRI Bogor hanya berjumlah tiga orang. Jumlah ini tidak selaras dengan jumlah konten yang perlu dipublikasikan setiap harinya. Padahal menurut Ilham (2022) SDM atau pegawai merupakan elemen penting yang berperan besar dalam kelancaran pelaksanaan proses kerja. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, akibat dari terbatasnya SDM ini membuat tim divisi Media Sosial harus memprioritaskan konten yang lebih urget terlebih dahulu. Adanya faktor penghambat ini diharapkan evaluasi untuk menambah personel tim divisi Media Sosial di RRI Bogor dilakukan. Sehingga jumlah konten informasi yang dipublikasikan akan lebih banyak dan berkualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa RRI Bogor telah berhasil memanfaatkan Instagram secara optimal sebagai media publikasi informasi. Melalui enam karakteristik media baru yang dikemukakan oleh Lister *et. al.* Instagram bukan hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai platform representasi citra baru RRI yang lebih modern dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Karakteristik digital Instagram memudahkan RRI Bogor dalam menjangkau audiens yang lebih luas, sedangkan sifat interaktifnya memungkinkan hubungan dua arah yang lebih dinamis. Pemanfaatan fitur *hypertextual* meningkatkan konektivitas lintas platform, sementara karakter jaringan membuka ruang kolaborasi dengan berbagai pihak. Sifat virtual dan simulasi dari Instagram memperkuat representasi citra dan identitas RRI di ruang digital, membentuk persepsi publik melalui konten visual yang dikurasi secara konsisten dan profesional.

Namun, dalam praktiknya, RRI Bogor masih menghadapi tantangan, khususnya keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial. Jumlah personel yang terbatas berpengaruh pada frekuensi dan kualitas konten yang dipublikasikan, sehingga dibutuhkan evaluasi dan penambahan jumlah tim media sosial agar pemanfaatan Instagram dapat berlangsung lebih optimal. Dengan memahami karakteristik media baru serta hambatan yang ada, RRI Bogor dapat terus mengembangkan strategi komunikasi digital yang efektif untuk memperkuat eksistensinya sebagai lembaga penyiaran publik yang adaptif dan informatif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, A., Delima, I.D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu komunikasi Media dan Cinema*, 6(1):173-190.
- Dataportal Website. (2025). Pengguna Instagram, Statistik, Data & Tren untuk tahun 2025.
- Elazhari, & Situmeang, M. (2023). Media Sosial Mempengaruhi Perubahan Sosial, Etika dan Prilaku Remaja di Kota Tebing Tinggi. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(2):7-16.
- Ilham, M. (2022). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Motivasi Individu Terhadap Kinerja Pegawai Pada Satuan Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Medan Selatan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(3):39-48.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 8(1).
- Lubis, S.N., & Nasution, M.I.P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi pada Akun @medantalk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(4): 254-257.
- Maryolein, S., Hapsari, N.D., & Oktaviani, R.C. (2019). Instagram sebagai Media Publikasi dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Marzella, A., Rizal, E., & Kurniasih, N. (2024). Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi di Instagram @folkative. *Journal of Sciencetech Research and Development*. 6(1).
- Novianti, E., Nugraha, A.R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D.S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Al Munir*, 11(1):48-59.
- Rahayua, I., Setiawan, D.R., Sofyan, M. (2021). Pengaruh Digitalisasi dan Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan di Kelurahan Mangga Besar Tahun 2021. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 1(6):651-662.
- Rambe, R.S., Ningsih, R., & Nurliana. (2021). Pengaruh Sumber Informasi terhadap Pengetahuan Remaja Putri Tentang Personal Hygiene pada Saat Menstruasi. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(2):179-185.
- Siregar, S. (2024). Pengaruh Service Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Pelanggan PT. Telkom Akses. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 4(4):10-19.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Turnip, E.Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(4): 38-45.
- Wulandari, D., Azhar, M.A., Octaviani, N., Yuniza, P.M., Puspita, S.D., & Harahap, N. (2024). Berawal dari Asing, Kenalan, Kemudian Menjalani Hubungan: Pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Hubungan, Melalui Interaksi Lawan Jenis Menggunakan Media Sosial. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 4(2):1-6.
- Yunus, Y., & Mahpuddin. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Hubungan Dengan Pendengar Ms Radio. *Kinesik*, 7(3):293-302.