



PEMANFAATAN INSTAGRAM @INFORCK DALAM STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK PENYEBARAN INFORMASI LOKAL SEBAGAI SALURAN INFORMASI BAGI MASYARAKAT RANCAEKEK

Achmad Arifin¹, Affan Neskisyah Ramadhan²

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN BISNIS, INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2026

Revised September 2026

Accepted September 2026

Available September 2026

amadarifin19@gmail.com¹

affannr@iwu.ac.id²

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

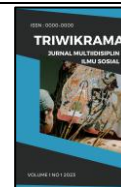
Tulis Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan dan penyebaran informasi pada akun Instagram @Inforck serta optimalisasi penyampaian informasi dan keterlibatan audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan strategi komunikasi John Middleton yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi serta *The Circular Model of SOME* yang terdiri dari *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Inforck mengelola informasi berdasarkan kebutuhan masyarakat terhadap informasi lokal yang aktual dan relevan melalui proses seleksi dan verifikasi sebelum publikasi. Optimalisasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur Instagram, mengelola interaksi audiens, serta melibatkan masyarakat dalam penyampaian informasi melalui praktik *citizen journalism*. Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan respons audiens dan performa konten sebagai bahan perbaikan penyampaian informasi. Dengan demikian, @Inforck berperan sebagai saluran informasi lokal sekaligus ruang interaksi masyarakat Rancaekek.

Kata Kunci: Instagram, Strategi Komunikasi, Informasi Lokal, @Inforck, *The Circular Model of SOME*.

ABSTRACT

This study aims to examine how the Instagram account @Inforck manages and disseminates information and how it optimizes information delivery and audience engagement. This study employed a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The study applied John Middleton's communication strategy, which consists of planning, implementation, and evaluation, as well as The Circular Model of SOME, which consists of Share, Optimize, Manage, and Engage. The results show that @Inforck manages information based on the community's need for timely and relevant local information through a process of selection and verification before publication. Information delivery is optimized by utilizing Instagram features, managing audience interactions, and involving the community in information dissemination through citizen journalism. Evaluation is conducted by examining audience responses and content performance as a basis for improving information delivery. Therefore, @Inforck functions not only as a local information channel but also as a platform for community interaction in Rancaekek

Keywords: Instagram, Communication Strategy, Local Information, @Inforck, *The Circular Model of SOME*



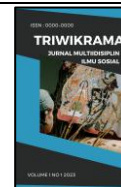
1. PENDAHULUAN

Instagram bukan hanya media sosial untuk berbagi konten visual, tetapi telah berkembang menjadi media informasi yang signifikan dalam kehidupan sosial masyarakat. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Instagram mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi aktual karena fitur-fiturnya seperti feed, stories, reels, dan IGTV yang mempermudah penyebaran konten informasi secara real-time. Secara teoritis, fenomena ini merupakan representasi dari era New Media yang menawarkan pola komunikasi dua arah yang interaktif serta menghilangkan batasan ruang dan waktu dalam penyebaran pesan. Namun, kecepatan dan kemudahan ini juga menuntut manajemen komunikasi yang terstruktur agar informasi yang disampaikan tetap akurat, menarik, dan mampu menjaga kepercayaan publik di tengah maraknya fenomena hoaks di media sosial.

Keberhasilan media sosial sebagai saluran informasi juga tidak terlepas dari penerapan konsep citizen journalism (jurnalisme warga). Dalam ekosistem ini, masyarakat tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen yang turut melaporkan peristiwa di lingkungan sekitarnya. Penelitian terbaru menegaskan bahwa jurnalisme warga memungkinkan masyarakat untuk berkontribusi langsung dalam produksi dan penyebaran informasi, terutama dalam konteks lokal yang sering kali tidak terjangkau oleh media arus utama. Selain itu, kecepatan dan kedekatan dengan peristiwa (proximity) menjadi faktor utama yang membuat jurnalisme warga lebih relevan bagi masyarakat, karena mampu menghadirkan informasi secara real-time dan kontekstual sesuai kondisi lingkungan sekitar.

Dalam konteks lokal, kebutuhan akan informasi berbasis digital menjadi semakin penting pada wilayah dengan dinamika sosial-ekonomi yang kompleks, seperti Kecamatan Rancaekek yang terletak di wilayah timur Kabupaten Bandung. Secara geografis, Rancaekek berfungsi sebagai koridor utama yang menghubungkan pusat pertumbuhan Kota Bandung dengan wilayah Sumedang, Garut, hingga jalur lintas selatan Jawa. Karakteristik wilayah ini didominasi oleh kawasan industri manufaktur berskala besar, yang pada gilirannya menciptakan mobilitas penduduk yang sangat padat. Setiap harinya, ribuan buruh pabrik, pedagang, dan pelajar (commuter) memenuhi jalan raya utama, menciptakan tantangan transportasi berupa kemacetan kronis serta ancaman genangan air atau banjir yang memutus akses jalan. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian ini, baik karena kemacetan panjang maupun ancaman bencana lingkungan, masyarakat Rancaekek berada dalam kondisi yang sangat bergantung pada informasi cepat untuk pengambilan keputusan taktis, seperti memilih jalur alternatif atau mengamankan aset.

Kendati demikian, terdapat kesenjangan (gap) yang cukup nyata dalam pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Media massa seperti surat kabar regional maupun televisi nasional memiliki keterbatasan dalam meliput peristiwa-peristiwa berskala kecil yang terjadi di tingkat lokal secara cepat dan berkelanjutan. Dalam praktik jurnalisme kontemporer, proses seleksi informasi masih dipengaruhi oleh mekanisme gatekeeping, di mana media cenderung memprioritaskan isu-isu yang memiliki nilai berita tinggi dan dampak luas bagi publik. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa proses gatekeeping di era digital tidak hanya dilakukan oleh jurnalis, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem, algoritma, dan pertimbangan audiens, sehingga tidak semua informasi lokal dapat terakomodasi dalam media arus utama. Akibatnya, peristiwa-peristiwa kecil seperti kecelakaan ringan, gangguan lingkungan, atau kondisi infrastruktur di tingkat permukiman sering kali tidak dianggap memiliki nilai berita yang cukup signifikan.



Kondisi ini menyebabkan masyarakat di wilayah seperti Rancaekek berpotensi mengalami kekosongan informasi formal, terutama dalam situasi yang membutuhkan informasi cepat dan kontekstual. Kesenjangan informasi ini kemudian diisi secara efektif oleh kehadiran media baru berbasis komunitas, yakni akun Instagram @inforck. Pengelola akun @inforck bertindak sebagai kurator yang menerima informasi dari warga melalui fitur Direct Message, kemudian melakukan proses seleksi dan verifikasi sebelum mendistribusikannya kembali kepada publik. Terjadi pergeseran perilaku konsumsi media di mana masyarakat kini cenderung lebih mempercayai dan mencari informasi melalui unggahan @inforck daripada saluran berita konvensional.

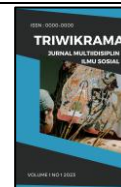
Meskipun akun @inforck telah terbukti menjadi pusat referensi informasi digital dengan tingkat interaksi yang sangat tinggi bagi warga Rancaekek, kajian mendalam mengenai strategi komunikasi dan manajemen pengelolaannya masih jarang dieksplorasi secara ilmiah, khususnya dalam kerangka media sosial kedaerahan. Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak menyoroti media sosial dari sudut pandang promosi bisnis, edukasi formal, atau institusi pemerintahan secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah akademik tersebut dengan mengkaji secara komprehensif pemanfaatan akun Instagram @inforck dalam strategi komunikasi untuk penyebaran informasi lokal sebagai saluran informasi bagi masyarakat Rancaekek, dengan menggunakan pisau analisis Model Strategi Komunikasi John Middleton serta The Circular Model of SOME oleh Regina Luttrell.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian pustaka dalam penelitian ini berlandaskan pada konsep The Circular Model of SOME yang diperkenalkan oleh Regina Luttrell, mencakup empat pilar utama: *Share* (berbagi), *Optimize* (optimasi), *Manage* (mengelola), dan *Engage* (melibatkan audiens). Selain itu, penelitian ini menggunakan teori Strategi Komunikasi John Middleton yang membagi proses komunikasi ke dalam tiga tahapan sistematis, yaitu perencanaan (*planning*), implementasi (*implementation*), dan evaluasi (*evaluation*). Landasan konseptual pendukung meliputi pemahaman mengenai *Instagram* sebagai *new media*, *Penyebaran Informasi*, *Media Informasi Lokal*, profil akun @Inforck, serta karakteristik wilayah *Rancaekek*. Penelitian ini juga didukung oleh berbagai studi terdahulu yang relevan mengenai peran media sosial dan jurnalisme warga (*citizen journalism*) dalam diseminasi informasi lokal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman, persepsi, dan makna subjektif dari subjek penelitian terhadap fenomena komunikasi digital yang dialami. Subjek penelitian terdiri dari informan kunci yaitu pendiri sekaligus pengelola akun Instagram @inforck (Muhamad Iqbal Setiawan), serta informan pendukung yang mencakup pelaku *citizen journalism* dan masyarakat pengikut akun @inforck. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi non-partisipatif, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.



2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan Strategi

Pengelola akun @inforck mengawali pengelolaan dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi masyarakat Rancaekek yang berfokus pada informasi aktual seperti kondisi lalu lintas, bencana banjir, kecelakaan, dan kriminalitas. Perencanaan waktu publikasi disesuaikan secara fleksibel mengikuti perubahan algoritma platform serta urgensi informasi di lapangan.

Tahap Implementasi (*The Circular Model of SOME*)

Share: Menerapkan konsep citizen journalism di mana masyarakat berpartisipasi aktif mengirimkan laporan melalui Direct Message (DM) atau grup WhatsApp "Netizen Rancaekek", yang kemudian dikurasi dan diverifikasi untuk membangun kepercayaan publik (build trust).

Optimize: Pengelola mendengarkan dan mempelajari (listen and learn) respons audiens melalui fitur Instagram Insights dan analisis komentar, serta terlibat dalam percakapan autentik (take part in authentic conversation) dengan menyesuaikan gaya bahasa yang komunikatif dan memilah konten lintas platform.

Manage: Melakukan pemantauan media (media monitoring), mengelola umpan balik (feedback), serta memberikan respons secara real-time terutama pada informasi darurat seperti banjir dengan tetap memegang prinsip akurasi (5W1H).

Engage: Membangun hubungan dengan kontributor informasi (influencer relations), membentuk komunitas digital (community building), serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat (user participation).

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan melalui peninjauan performa konten (*engagement, reach, reshare*), analisis respons audiens di kolom komentar, serta penilaian terhadap dampak informasi dalam memberikan perubahan positif bagi masyarakat Rancaekek.

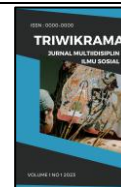
3. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pemanfaatan akun Instagram @Inforck sebagai saluran informasi masyarakat Rancaekek dijalankan melalui strategi komunikasi yang terencana mulai dari tahap perencanaan, implementasi berbasis model *SOME* (Share, Optimize, Manage, Engage), hingga evaluasi berkala. Akun ini tidak hanya berfungsi sebagai media diseminasi informasi lokal yang cepat dan akurat, tetapi juga sukses bertransformasi menjadi ruang interaksi partisipatif dan kolaboratif melalui praktik *citizen journalism* antara pengelola dan masyarakat.

Saran

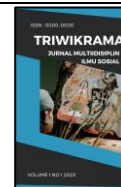
Bagi pengelola @inforck, disarankan untuk mempertahankan konsistensi verifikasi data demi menjaga kredibilitas, memperluas variasi fitur konten (seperti Reels dan Live), serta meningkatkan kolaborasi dengan instansi lokal dan UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji topik ini dari perspektif lain, seperti pengaruh *citizen journalism* terhadap



kecepatan penyebaran informasi atau tingkat kepercayaan publik terhadap media sosial berbasis komunitas.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Jessica Lea. (2021). "The Circular Model of Some in Instagram Management (Case Study: Forum Human Capital Indonesia)". *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.13882>.
- Apriliyanti, Rizki, Randy Yudha Pangestu, Rika Maulidina Saputri, & Muhammad Arsyad Al-banjari Banjarmasin. (2024). "Fenomena Jurnalisme Warga Sebagai Homeless Media di Era Digital". *Jurnal Komunikasi*, 6(November), 293-304.
- Cem Harun Meydan, & Handan Akkaş. (2024). "The Role of Triangulation in Qualitative Research", 101-3. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3306-8.ch006>.
- Creswell, J. W. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publication.
- Dharta, Firdaus Yuni. (2024). "Pengaruh Dukungan Selebriti Dalam Komunikasi Politik Terhadap Sikap Pemilih Pada Pemilihan Presiden 2024". *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(1), 115-27. <https://doi.org/10.25139/jkp.v8i1.8283>.
- Dwivedi, Yogesh K., Elvira Ismagilova, D Laurie Hughes, Jamie Carlson, Raffaele Filieri, Jenna Jacobson, Varsha Jain, et al. (2021). "Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions". *International Journal of Information Management*, 59(May), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>.
- Fadila, Farah, & Muammar Khaddafi. (2025). "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara". *Jurnal Riset Kualitatif*, 13446-49.
- Fadli, Muhammad Rijal. (2021). "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif". *Humanika*, 21(1), 33-54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fathutokmah. (2024). *Metode penelitian komunikasi kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Godwin, Nathaniel Udoh, & Reed College. (2024). "Traditional VS New Media: An Examination of News Consumption Patterns amongst Media Users", 18(03), 1658-63.
- Haikal I Hakim, I. Polin, & Irwansyah. (2024). "Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287-300. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/8961/7323>.
- Hidayat D, C. M. (2022). *Teori Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.



- Huda, Anam Miftakhul, Gilang Gusti Aji, Vinda Maya Setianingrum, & Puspita Sari Sukardani. (2024). "Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Wisata Lokal", 2(3), 624-36.
- Isak, Dominikus, Petrus Berek, Marianus Manek, Adeo Dato, & Januario Barros. (2025). "Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Opini Dan Keputusan Pemilih Dalam Pilkada Kabupaten Belu Tahun 2024 (Studi Kasus: Grup Facebook 'Kotakketik')", 9(1), 6794-6800.
- K. Tsaqifakuhuma, R. Nursyela, Vira, & W. Maharani. (2025). "Analisis Tingkat Kerawanan Banjir Di Daerah Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung", 2(6), 1216-21. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/1004/805>.
- Kumari, Suman. (2025). "The Global Diffusion of Data Journalism: A Comparative Study Between Indian and Western Newsrooms", 13(04).
- Luttrell, Regina. (2022). Social Media: How to Engage, Share, and Connect (4th ed.). Rowman & Littlefield.
- Mira Adita, Ariandi Putra, & Vivitri Endah Andriani. (2025). "Netizen Journalism on Instagram as Local Digital Media and Communication Dynamics in the @infobekasi Account". Journal of Communication Studies and Society, 4(2), 38-44. <https://doi.org/10.38043/commusty.v4i2.7436>.
- Putri, I. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Edu Wisata Museum (Studi Kasus Pada Akun Instagram dan Tiktok @museum_geologi). Universitas Sangga Buana YPKP, Bandung.
- Risnandi Aji, Cahya. (2024). "Kesenian Badawang dan Perkembangannya (Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung)".
- Rusli, Nurhidayat, Syamsuddin Aziz, & Muh Akbar. (2025). "Media Sosial Dan Perubahan Budaya Lokal: Tinjauan Sistematis Atas Dampak Facebook", 8(3), 46-58.
- Soeprapto. (2022). Metode penelitian kualitatif. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sugianto, Resdi. (2021). "Analisis Spasial Daerah Rawan Banjir Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung (Studi Kasus: Kecamatan Rancaekek Dan Kecamatan Cicalengka)", 347-52.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin Iskandar, Niken Alifia Rusfa Tonaya, & Sri Nurhidayati. (2025). "Peran Media Massa Lokal Dalam Meningkatkan Pengetahuan Politik Masyarakat Pada Pemilu Legislatif Tahun 2024", 468-74. <https://doi.org/10.58406/kapitaselekta.v6i1.1012>.
- Zhou, Songcheng. (2025). "Effectiveness of Citizen Journalism: Evaluating the Credibility, Bias, and Impact of User-Generated News Content in the Digital Age", 1-11.
- Zulfirman, Rony. (2022). "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Jurnal Penelitian, Pendidikan", 3(2), 147-53.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial

Volume 12 No 2, Tahun 2026

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:

