

## **Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Memperluas Jangkauan Berita Internasional: Studi Kasus ANTARA News**

**Maria Septian Riasanti Mola<sup>1</sup> Amalia Rizky Fatonah<sup>2</sup>**

Politeknik Negeri Jakarta<sup>1,2</sup>

Email: [maria.septian.riasanti.mola@grafika.pnj.ac.id](mailto:maria.septian.riasanti.mola@grafika.pnj.ac.id)<sup>1</sup> [amalia.rizky.fatonah@grafika.pnj.ac.id](mailto:amalia.rizky.fatonah@grafika.pnj.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi distribusi berita internasional melalui media sosial oleh ANTARA News. Metode penelitian menggunakan analisis konten berbasis data observasi unggahan di akun Instagram resmi ANTARA News. Kerangka teori yang digunakan mencakup Social Media Engagement Theory (van Doorn), Agenda Setting (McCombs), Konvergensi Media (Jenkins), dan Jurnalisme Digital (Bradshaw). Hasil observasi menunjukkan bahwa pola distribusi memanfaatkan foto berita, caption informatif, tagar relevan, serta jadwal unggahan rutin untuk menjangkau audiens global. Tingkat interaksi bervariasi tergantung relevansi isu, kualitas visual, dan daya tarik tema. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi manajemen konten berbasis data interaksi, penajaman topik internasional, dan pemanfaatan multiplatform digital. Temuan ini diharapkan mendukung transformasi digital media nasional agar dapat bersaing di ranah global.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Engagement, Jurnalisme Digital, ANTARA News, Berita Internasional

### **Abstract**

*This study aims to analyze the strategy for distributing international news through social media by ANTARA News. The research method uses content analysis based on observational data of posts on ANTARA News' official Instagram account. The theoretical framework includes the Social Media Engagement Theory (van Doorn), Agenda Setting (McCombs), Media Convergence (Jenkins), and Digital Journalism (Bradshaw). The observations show that the distribution pattern utilizes news photos, informative captions, relevant hashtags, and a regular posting schedule to reach a global audience. Interaction levels vary depending on issue relevance, visual quality, and the appeal of the topic. This study recommends optimizing content management based on interaction data, sharpening international topics, and utilizing digital multiplatforms. These findings are expected to support the digital transformation of national media to compete at the global level.*

**Keyword:** Social Media, Engagement, Digital Journalism, ANTARA News, International News



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## **PENDAHULUAN**

Dalam era transformasi digital, media sosial telah menjadi salah satu saluran distribusi berita yang paling dominan di dunia, termasuk di Indonesia. Hasil survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada 2021 menunjukkan bahwa media sosial mendominasi sebagai kanal utama masyarakat dalam memperoleh informasi selama periode 2020–2021, melampaui televisi, portal berita online, bahkan situs resmi pemerintah. Pergeseran ini menandakan perubahan preferensi publik yang semakin meninggalkan media konvensional dan beralih ke platform digital yang lebih interaktif dan real-time. Perubahan pola konsumsi informasi tersebut memberikan tantangan sekaligus peluang bagi industri media massa. Dalam konteks jurnalisme, media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran berita, tetapi juga menjadi sarana strategis untuk memperluas jangkauan audiens lintas negara. Bagi kantor berita nasional seperti ANTARA News, peran media sosial sangat krusial karena lembaga ini memiliki mandat untuk menyampaikan informasi Indonesia ke ranah internasional, serta menyampaikan informasi global ke masyarakat Indonesia.



**Gambar 1. Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia**

Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh informasi. Grafik dari Databoks menunjukkan bahwa media sosial mendominasi sebagai kanal informasi selama periode 2020- 2021, melampaui televisi, berita online, maupun situs resmi pemerintah. Perubahan pola konsumsi informasi ini tidak hanya terjadi di tingkat nasional tetapi juga secara global, mengindikasikan pergeseran preferensi publik dari media konvensional ke platform digital yang lebih interaktif dan real-time. Dalam konteks jurnalisme, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran berita tetapi juga sebagai alat untuk memperluas jangkauan audiens, khususnya dalam menyampaikan berita berskala internasional. Peran ini semakin krusial bagi lembaga pemberitaan seperti ANTARA News, yang memiliki tugas strategis dalam menyampaikan berita Indonesia ke dunia dan sebaliknya. Dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, hingga YouTube, ANTARA News dapat meningkatkan daya jangkau, interaksi, serta keterlibatan audiens global.

Melalui pemanfaatan platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, hingga YouTube, ANTARA News memiliki peluang untuk meningkatkan jangkauan distribusi berita, memperkuat interaksi dua arah, serta membangun keterlibatan audiens global secara lebih intensif. Prinsip ini sejalan dengan pandangan Silvia, Irene, dkk. (2021) yang menekankan bahwa pengelolaan media masa kini harus mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan dinamika perilaku konsumsi publik. Media sosial, dalam hal ini, bukan lagi sekadar kanal pendukung, melainkan sudah menjadi platform utama dalam mendistribusikan informasi secara cepat, luas, dan lintas batas. Sebagaimana ditegaskan Irene Silvia (2021), 'Media massa harus mampu memanfaatkan berbagai kanal digital, termasuk media sosial, untuk memperluas distribusi informasi dan menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.' Dengan pendekatan multiplatform delivery system dan pemanfaatan big data, media seperti ANTARA News memiliki potensi tidak hanya menjangkau audiens domestik, tetapi juga memperluas eksistensi dan reputasi di kancah global. Pemilihan topik penelitian ini didasari oleh keingintahuan peneliti untuk memahami sejauh mana strategi distribusi berita internasional melalui media sosial telah diimplementasikan oleh ANTARA News. Penelitian ini berangkat dari dugaan bahwa optimalisasi pemanfaatan media sosial yang terukur dan terencana dapat meningkatkan visibilitas konten internasional, memperkuat posisi ANTARA News di pasar global, serta mendukung peningkatan daya saing informasi nasional Indonesia di era kompetisi digital yang semakin ketat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten kualitatif. Data diambil dari observasi unggahan berita internasional di akun Instagram resmi ANTARA News pada periode Juni 2025. Indikator yang diamati meliputi: frekuensi unggahan, tema berita internasional, format visual (foto, caption), penggunaan tagar internasional, dan engagement rate (jumlah likes dan komentar). Analisis dilakukan dengan memadukan data observasi dengan kerangka Social Media Engagement Theory (van Doorn) untuk melihat pola keterlibatan audiens, Agenda Setting (McCombs) untuk menjelaskan penekanan isu, serta Konvergensi Media (Jenkins) untuk menelaah praktik distribusi multiplatform.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

**Pola Frekuensi dan Tema Konten:** Hasil observasi menunjukkan ANTARA News secara rutin mengunggah 1–2 konten berita internasional per hari. Tema dominan meliputi isu kawasan ASEAN, konflik geopolitik (Timur Tengah), multilateralisme (PBB, KTT G7), serta isu ekonomi global dan iklim. Hal ini sejalan dengan teori Agenda Setting karena tema-tema tersebut dapat memengaruhi fokus perhatian publik global. **Format Visual dan Penyajian:** Mayoritas konten berupa foto straight news dengan caption 1–2 paragraf informatif. Tagar internasional (#ASEAN2025, #MiddleEast, #ClimateAction) digunakan untuk memperluas jangkauan. Namun, pemanfaatan format video pendek (reels) masih minim, padahal format ini mendukung engagement audiens yang lebih tinggi di platform Instagram. **Pola Engagement Audiens:** Data observasi menunjukkan rata-rata likes per unggahan berkisar antara 1.200–2.500, dengan komentar antara 40–70.

**Tabel 1. Data Observasi**

No	Tanggal Unggah	Tema Berita	Jumlah Like	Jumlah Komentar	Tagar
1	2025-06-01	Isu ASEAN	1200	45	#ASEAN2025
2	2025-06-02	Konflik Timur Tengah	2300	60	#MiddleEast
3	2025-06-03	PBB & Iklim	1900	55	#ClimateAction
4	2025-06-04	Ekonomi Global	2500	70	#GlobalEconomy
5	2025-06-05	KTT G7	1700	50	#G7Summit

Pada tanggal 1 Juni 2025, ANTARA News mengunggah konten bertema Isu ASEAN dengan tagar #ASEAN2025. Konten ini mendapatkan 1.200 likes dan 45 komentar. Tema regional seperti ASEAN masih menjadi perhatian publik, meskipun tingkat interaksi relatif lebih rendah dibanding tema geopolitik global. Ini menunjukkan bahwa isu kawasan memiliki audiens tersendiri, namun potensi engagement dapat ditingkatkan melalui format visual yang lebih menarik atau penggunaan tagar tambahan yang relevan dengan momentum pertemuan ASEAN. Pada tanggal 2 Juni 2025, konten bertema Konflik Timur Tengah dengan tagar #MiddleEast berhasil memperoleh interaksi yang cukup tinggi, yaitu 2.300 likes dan 60 komentar. Tema konflik internasional atau isu geopolitik terbukti menarik minat audiens karena sifatnya yang dinamis dan kontroversial. Hal ini mendukung Social Media Engagement Theory (van Doorn), di mana konten yang memicu emosi atau diskursus publik cenderung memunculkan interaksi lebih besar. Selanjutnya, unggahan pada 3 Juni 2025 mengangkat topik PBB & Iklim dengan tagar #ClimateAction, yang memperoleh 1.900 likes dan 55 komentar. Isu lingkungan global seperti perubahan iklim menjadi tema yang relevan secara internasional, mendukung fungsi Agenda Setting (McCombs) untuk membentuk opini publik mengenai urgensi perubahan iklim. Meski bukan tema konflik, konten bertema iklim tetap mampu menarik perhatian audiens melalui narasi keberlanjutan yang didukung visual representatif.

Pada 4 Juni 2025, tema Ekonomi Global dengan tagar #GlobalEconomy menjadi unggahan dengan interaksi tertinggi, mencapai 2.500 likes dan 70 komentar. Hal ini menunjukkan bahwa berita terkait kondisi perekonomian dunia memiliki daya tarik tinggi di kalangan audiens digital, terutama dalam konteks kebijakan internasional yang berdampak pada perekonomian domestik. Frekuensi interaksi ini memperkuat bukti bahwa distribusi tema ekonomi perlu diperbanyak dengan format yang lebih interaktif agar relevan dengan preferensi audiens lintas negara. Terakhir, pada 5 Juni 2025, ANTARA News mengunggah berita mengenai KTT G7 dengan tagar #G7Summit, yang menghasilkan 1.700 likes dan 50 komentar. KTT G7 sebagai forum elite global memiliki daya tarik simbolik yang besar, meskipun interaksi audiens tidak setinggi tema konflik atau ekonomi. Hal ini dapat dikaitkan dengan intensitas pemberitaan global yang sudah sangat ramai, sehingga distribusi konten perlu diimbangi dengan angle lokal agar lebih relevan bagi audiens nasional. Secara keseluruhan, tabel ini memperlihatkan bahwa tema berita internasional dengan daya tarik konflik, kebijakan global, dan isu ekonomi memiliki potensi engagement yang lebih tinggi dibandingkan tema regional. Penggunaan tagar internasional yang konsisten mendukung strategi visibilitas di algoritma platform. Temuan ini mendukung Konvergensi Media (Jenkins), di mana ANTARA News tidak hanya mendistribusikan konten ke portal berita, tetapi juga mengoptimalkan multiplatform melalui media sosial untuk menjangkau audiens global secara real-time.

Engagement tertinggi ditemukan pada isu geopolitik yang sedang aktual dan visual yang menarik. Temuan ini mendukung Social Media Engagement Theory yang menekankan pentingnya kualitas konten dalam mendorong partisipasi audiens. Konvergensi Media Pola distribusi multiplatform sudah diterapkan melalui akun Instagram yang terhubung dengan portal berita ANTARA News. Namun, potensi untuk memperluas distribusi melalui TikTok, reels Instagram, dan YouTube Shorts belum dimaksimalkan. Strategi konvergensi media masih perlu didukung dengan pengembangan format visual interaktif untuk menjangkau audiens milenial dan Gen Z. Dari sisi Social Media Engagement Theory, variasi jumlah like dan komentar memperlihatkan bahwa keterlibatan audiens sangat dipengaruhi oleh relevansi tema, visual, dan pemanfaatan tagar internasional. Pemilihan format visual berupa foto straight news cukup efektif, meski hasil analisis menunjukkan peluang peningkatan engagement melalui format reels atau video pendek yang lebih interaktif. Selain itu, analisis dengan perspektif Konvergensi Media (Jenkins) mengungkap bahwa ANTARA News telah menerapkan distribusi multiplatform dengan menghubungkan konten Instagram ke portal berita resminya. Namun, pemanfaatan platform digital tambahan seperti TikTok, reels Instagram, dan YouTube Shorts masih perlu diperkuat agar dapat menjangkau audiens generasi muda yang lebih aktif di media sosial berbasis video. Secara keseluruhan, hasil analisis tabel memperlihatkan bahwa strategi distribusi berita internasional ANTARA News sudah sesuai dengan teori Agenda Setting (penekanan tema global), Social Media Engagement (membangun interaksi audiens melalui tema dan visual menarik), dan Konvergensi Media (distribusi multiplatform). Namun, potensi optimalisasi masih terbuka melalui inovasi format visual, penyesuaian tema yang sedang trending, dan penggunaan data engagement untuk menentukan strategi distribusi ke depan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa ANTARA News telah memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai kanal distribusi berita internasional secara cukup efektif dan terstruktur. Strategi yang diterapkan mencakup penggunaan caption informatif, visual foto straight news, serta tagar internasional yang relevan, yang keseluruhannya berkontribusi dalam memperluas jangkauan audiens global. Tema-tema yang bersifat geopolitik dan ekonomi global cenderung menghasilkan tingkat keterlibatan (engagement) lebih tinggi dibandingkan

isu regional, yang mengindikasikan pentingnya penyesuaian topik dengan minat audiens digital global. Namun demikian, masih terdapat ruang optimalisasi, khususnya dalam penggunaan format video pendek seperti Instagram Reels, TikTok, dan YouTube Shorts yang lebih sesuai dengan karakteristik audiens milenial dan Gen Z. Keterlibatan audiens sangat dipengaruhi oleh daya tarik visual dan kedekatan tema dengan isu-isu global yang sedang hangat. Oleh karena itu, strategi distribusi konten berbasis data interaksi menjadi penting agar ANTARA News dapat terus bersaing dan relevan dalam lanskap jurnalisme digital global. Penerapan teori Agenda Setting, Social Media Engagement, dan Konvergensi Media dalam penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan distribusi konten berita internasional tidak hanya bergantung pada substansi isi berita, tetapi juga pada keakuratan waktu, kreativitas format penyajian, dan respons terhadap perilaku konsumsi media yang terus berubah. Untuk itu, ANTARA News disarankan terus memperkuat kemampuan analisis data digital, memperluas multiplatform distribusi, serta melakukan inovasi konten yang selaras dengan preferensi audiens masa kini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Belair-Gagnon, V. (2019). *Social media at BBC News: The re-making of crisis reporting*. Routledge.
- Bradshaw, P. (2018). *The online journalism handbook: Skills to survive and thrive in the digital age* (2nd ed.). Routledge.
- Hermida, A. (2020). *The disrupted newsroom: Digital transformation and the future of journalism*. Routledge.
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda: The mass media and public opinion* (2nd ed.). Polity Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Silvia, I. e. (2021). *Status literasi digital di Indonesia 2021*. Jakarta: Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Siregar, H. (2018). *Jurnalisme online: Panduan praktis menulis berita di media daring*. Prenadamedia Group.
- Uspitasari, L. &. (2016). Digital divides and mobile Internet in Indonesia: Impact of smartphones. *Telematics and Informatics* 33(2), 472–483.
- Van Doorn, J. (2018). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of Service Research* 21(3), 259–277.