

Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi
 Jl. Ahmad Yani, K.M. 33,5 - Kampus STMIK Banjarbaru
 Loktabat – Banjarbaru (Tlp. 0511 4782881), e-mail: puslit.stmikbjb@gmail.com
 e-ISSN: 2685-0893
 p-ISSN: 2089-3787

Penerapan *Social Media Plan* pada Instagram XD Radio Yudha Meningkatkan *Brand awareness*

Alexandra Priscillia Devina^{1*}, Ketut Tri Budi Artani², Tiawan³, I Gede Putu Krisna
 Juliharta⁴

Sistem Informasi, Universitas Primakara, Denpasar, Indonesia
 *e-mail *Corresponding Author*: Alexandradevina3060@gmail.com

Abstract

This research aims to enhance XD Radio Yudha's brand awareness on Instagram using a qualitative descriptive method and Social Media Plan (SMP) Strategy. XD Radio was previously active on Instagram but experienced an 84.4% decline in insights by 2023. The SMP Strategy is expected to amplify reach, profile visits, and brand awareness among young adults. Following a 3-month implementation, substantial improvements were observed: Instagram reach reached 15,103, profile visits surged by 2016, and gained 111 new followers. These outcomes illustrate the effectiveness of SMP in elevating XD Radio Bali's brand awareness via Instagram. The qualitative descriptive methodology and SMP substantiate the success in addressing the previous decline in insights.

Kata kunci: *Brand awareness; Instagram; Radio; Social Media Plan*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* XD Radio Yudha di Instagram menggunakan metode deskriptif kualitatif dan *strategi Social Media Plan* (SMP). XD Radio sebelumnya aktif di Instagram namun mengalami penurunan insight hingga 84,4% pada tahun 2023. Strategi SMP diharapkan dapat meningkatkan jangkauan, kunjungan profil, dan *brand awareness* di kalangan anak muda. Setelah implementasi selama 3 bulan, terjadi peningkatan signifikan: jangkauan Instagram mencapai 15.103, kunjungan profil meningkat 2016 kali, dengan tambahan 111 pengikut baru. Hasil ini menggambarkan efektivitas SMP dalam meningkatkan *brand awareness* XD Radio Bali melalui Instagram. Metodologi deskriptif kualitatif dan SMP membuktikan keberhasilan dalam mengatasi penurunan insight sebelumnya.

Kata kunci: *Brand awareness; Instagram; Radio; Social Media Plan*

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan internet telah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar orang. Menurut survei yang dilakukan oleh Hootsuite pada tahun 2022, dari 7,91 miliar populasi dunia, 4,95 miliar orang adalah pengguna internet aktif, dengan 4,62 miliar di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Di Indonesia, dari jumlah penduduk 277,7 juta, 204,7 juta adalah pengguna internet aktif, dan 191,4 juta merupakan pengguna media sosial aktif [1]. *Trend* ini mendorong banyak perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.

Beberapa *platform* media sosial yang sering digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk/jasa adalah *TikTok*, *WhatsApp*, *LinkedIn*, dan *Instagram*. Di antara platform tersebut, Instagram merupakan salah satu yang paling populer, dengan 1,45 miliar pengguna aktif di seluruh dunia pada tahun 2022, dan Indonesia menduduki peringkat keempat dalam jumlah pengguna Instagram, mencapai 99,9 juta [2]. Hasil survei *Hootsuite* juga menunjukkan bahwa Instagram adalah platform media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 84,8% dari pengguna media sosial aktif di Indonesia menggunakan Instagram [1]. Menariknya, 30,1% pengguna Instagram berusia 18-24 tahun, dan 31,6% berusia 25-34 tahun [2].

Usaha meningkatkan kesadaran merek lewat Instagram ini tidak hanya dilakukan oleh penyedia produk saja namun juga dilakukan oleh media informasi konvensional yaitu radio. Walau terdengar konvensional, namun radio ini masih menjadi media massa yang sering didengarkan oleh banyak masyarakat terutama di negara Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan

dengan adanya data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pendengar radio mengalami pertumbuhan sebesar 10,42 persen pada tahun 2020. Tak hanya itu pada tahun 2016, Nielsen Radio *Audience* Measurement mencatat 38% penduduk Indonesia merupakan pendengar setia radio, dengan 57% dari pendengar radio merupakan Generasi millennial dan Z [15].

Menyadari pentingnya menargetkan audiens muda, XD Radio Yudha berupaya memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan kesadaran mereknya. Dengan persentase pengguna Instagram yang banyak di kalangan anak muda, ini merupakan peluang besar bagi merek radio untuk meningkatkan kesadaran di kalangan pemuda dan menarik minat lebih banyak orang terutama dalam konten hiburan dan informasi dari XD Radio Yudha. Wawancara awal dengan Kepala Manajemen XD Radio Yudha dan analisis *traffic* Instagram XD Radio Yudha mengungkapkan masalah utama terkait penurunan *traffic* Instagram. Meskipun telah membuat akun media sosial, terutama di Facebook dan Instagram, sejak tahun 2022 dengan nama akun @xdradiobali, keterlibatan dan konsistensi konten di Instagram tetap belum optimal.



Gambar 1. Insight Instagram 1-28 Februari 2023
Sumber: Meta Business XD Radio (2023)



Gambar 2. Insight Overview 1 Maret - 23 Maret 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Data dari insight Instagram menunjukkan penurunan konsisten dalam jangkauan dan kunjungan profil. Pada Februari 2023, jangkauan Instagram meningkat sebesar 62,5%, sementara kunjungan profil turun sebesar 24,1%. Penurunan ini semakin memburuk pada Maret 2023, dengan penurunan jangkauan Instagram sebesar 84,4% dan kunjungan

Penelitian ini bertujuan meningkatkan *brand awareness* XD Radio Yudha, memperluas cakupan pendengar, dan meningkatkan pengetahuan orang banyak terhadap stasiun radio tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi di XD Radio Yudha dan hasil penelitian terkait, peneliti tertarik untuk menerapkan strategi penggunaan Instagram dengan metode *Social Media Plan* (SMP) untuk meningkatkan *Brand awareness* XD Radio Yudha.

2. Tinjauan Pustaka

Brand awareness merujuk pada kemampuan suatu merek untuk dikenali dan diingat oleh calon atau konsumen yang sudah ada dalam kelas produknya karena keunikan yang membedakannya dari produk serupa lainnya [3]. Kesadaran merek yang tinggi secara signifikan memengaruhi kecenderungan konsumen terhadap suatu merek. Isi konten media sosial menjadi alat penting bagi merek dalam mendapatkan pengakuan. Banyak penelitian menyoroti preferensi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam menggunakan Instagram sebagai platform untuk memperkenalkan merek dan promosi bisnis. Sebagai contoh, penelitian Nandihita dkk menemukan bahwa 89% UMKM lebih memilih menggunakan Instagram untuk mempromosikan merek dan menjual bisnis mereka [4].

Penelitian lain yang dilakukan oleh D. Yanuar, Z. Azman, F. Nurrahmi, dan F. Qamara menggambarkan keberhasilan Harvies Coffee, sebuah kedai kopi terkenal di Banda Aceh, dalam meningkatkan kesadaran merek melalui Instagram. Kedai kopi ini menggunakan konten parodi dari drama Korea "Start Up" di Instagram, yang menghasilkan peningkatan kesadaran merek dan impresi Instagram sebesar +36,3%, dengan mendapatkan 13,6 ribu pengikut, serta menarik banyak pelanggan, terutama di wilayah Aceh [5].

Upaya meningkatkan kesadaran merek melalui Instagram tidak hanya dilakukan oleh penyedia produk, tetapi juga oleh media informasi konvensional seperti radio. Meskipun tergolong konvensional, radio tetap menjadi medium massa yang populer, terutama di Indonesia. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan pertumbuhan pendengar radio sebesar 10,42% pada tahun 2020. Selain itu, pada tahun 2016, Nielsen Radio *Audience Measurement* mencatat bahwa 38% dari penduduk Indonesia adalah pendengar radio tetap, dengan 57% di antaranya merupakan Generasi milenial dan Z [6]. Keunikan radio, yang terletak pada aspek suaranya, menciptakan kedekatan dan membentuk pikiran pendengar melalui narasi audio yang disampaikan oleh penyiar radio ("*Theater of Mind*") [7].

Ardan Radio, sebuah stasiun radio yang fokus pada pendengar muda di Bandung, menyediakan konten tidak hanya melalui cara konvensional tetapi juga memanfaatkan media sosial untuk memperluas audiens. Akibatnya, Ardan Radio telah memperluas basis pendengarnya di luar Bandung, menjangkau audiens muda di seluruh Indonesia dan dunia berkat akses global platform media sosial digital [8]. Strategi ini juga ingin diadopsi oleh XD Radio Yudha, stasiun radio yang menyasar pendengar muda di Bali.

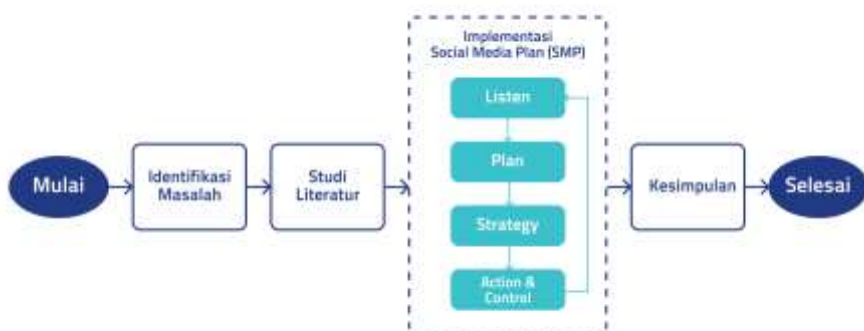
Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dapat memberikan kontribusi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan topik yang sama atau terkait. Dalam beberapa studi yang telah peneliti pelajari, ada beberapa poin penting yang harus diperhatikan dalam penelitian ini yaitu kenali target audiens, mengetahui tren konten terkini, dan konsistensi. Peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan temuan-temuan tersebut sebagai dasar dalam melakukan penelitian lebih lanjut. Kebaruan penelitian ini terletak pada implementasi metode *Social Media Plan* yang berfokus pada penggunaan Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*. Dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan pengikut di Instagram serta mengoptimalkan strategi digital marketing untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Pada penelitian ini dilakukan implementasi strategi *Social Media Plan* yang dikemukakan oleh Carolina Machado dan J. Paulo Davim dalam bukunya yang berjudul "*MBA: Theory and Application of Business and Management Principles*". Strategi ini diimplementasikan pada Instagram XD Radio Yudha untuk meningkatkan *Brand awareness*. *Social Media Plan* (SMP) merupakan dokumen utama untuk memandu sebuah organisasi atau perusahaan dalam hal merencanakan konten media sosial [9]. Penelitian ini berfokus pada mencari strategi konten yang khas untuk Instagram XD Radio Yudha, memastikan kontennya unik dan dapat diingat

oleh audiens. Metode *Social Media Plan* (SMP) digunakan dalam proses penelitian ini dengan tahapan *Listen, Plan, Strategy, Action & Control*. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan SMP, khususnya pada platform Instagram, guna meningkatkan *brand awareness* XD Radio Yudha, menambah pengikut, serta meningkatkan strategi pemasaran digital untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan fenomena yang diteliti dan menerapkan metode alur penelitian *Social Media Plan* (SMP) dalam merencanakan strategi media sosial XD Radio Yudha. Dengan mengumpulkan data melalui wawancara terhadap target audiens, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang mendalam terkait hasil penelitian serta merinci rencana dan implementasi strategi media sosial yang diterapkan dalam konteks stasiun radio tersebut. Berikut merupakan alur penelitian ini:



Gambar 3. Alur Penelitian
Sumber: diolah oleh penulis (2023)

- 1) **Identifikasi Masalah**
Pada tahap ini dilakukan observasi dan juga wawancara terhadap manajemen XD Radio Yudha untuk mengetahui permasalahan dan kendala apa yang dihadapi XD Radio Yudha terkait sosial media XD Radio Yudha terkhusus untuk Instagramnya.
- 2) **Studi Literatur**
Selanjutnya peneliti melakukan studi literatur atau literasi buku ataupun penelitian nasional dan internasional sebelumnya terkait social media in business, Instagram, dan *Social Media Plan* (SMP).
- 3) **Implementasi *Social Media Plan* (SMP)**
Pada tahap ini mulai diimplementasi *Social Media Plan* (SMP) yang melingkupi 4 tahap, yaitu :
 - a) *Listen*
Penulis melakukan riset sekaligus mendengarkan atau mengamati aktivitas target audiens di media sosial, untuk lebih mengenal target audiens.
 - b) *Plan*
Pada tahap kedua yaitu merencanakan atau *Plan* terhadap konten XD Radio Yudha. Setelah melakukan pengumpulan data terkait target audiens, dilakukan pengolahan data dengan mendefinisikan ataupun menetapkan fokus target audiens.
 - c) *Strategy*
Dalam tahap ini, tindakan-tindakan yang akan dilakukan, jenis konten yang akan disebar melalui media sosial dan kalender editorial dari konten tersebut akan direncanakan.
 - d) *Action & Control*
Setelah itu dilakukan implementasi dan evaluasi terhadap strategi yang telah dibuat. Perusahaan perlu memantau kinerja mereka di media sosial dan mengukur keberhasilan konten.
- 4) **Kesimpulan**
Setelah melalui rangkaian tahapan hingga bulan November, peneliti akan melakukan

penarikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan apakah traffic kunjungan serta follower dan interaksi pada Instagram sosial media XD Radio Yudha meningkat.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penerapan *Social Media Plan*

4.1.1 *Listen*

Peneliti menerapkan tahap '*Listen*' dalam *Social Media Plan* (SMP) dengan observasi aktivitas Instagram audiens XD Radio Yudha. Melalui wawancara, teridentifikasi target utama: individu muda usia 15-30 tahun, tanpa preferensi gender spesifik. Dalam analisis aktivitas sosial, 42 narasumber dibagi ke dalam 3 kelompok, mengungkap preferensi waktu akses Instagram, jenis konten yang disukai, konten yang di-'like', dibagikan, pencarian, konten edukatif/informatif, dan harapan terkait konten radio. Hasilnya menunjukkan mayoritas mengakses Instagram malam hari, menonton hiburan berupa meme lucu atau berita terkini, terutama yang motivasi terkait kehidupan remaja. Konten yang disukai sebagian besar berupa hiburan lucu, konten motivasi, berita K-Pop, dan drama Korea. Selain itu, mereka juga menunjukkan minat pada konten lifestyle, berita artis, dan informasi wisata. Audiens mengharapkan konten radio yang memberikan berita terkini dan rekomendasi musik, dengan keinginan akan konten balik layar penyiar sebagai hiburan tambahan. Peneliti memilih penyiar XD Radio sebagai influencer untuk membuat konten, tujuannya adalah memperkenalkan XD Radio dan menonjolkan keunikan setiap penyiar kepada audiens. Setelah tahap "*Listen*" ini peneliti kan menjabarkan hasil penelitian per-bulannya.

4.1.2 *Plan*

1) Iterasi 1 "Perencanaan Konten Bulan Juli 2023"

Pada bulan Juli 2023, peneliti melakukan perencanaan kasar terhadap konten yang akan dibuat bulan ini. Beberapa konten yang akan dibuat diantaranya; konten spesial hari ulang tahun XD Radio Bali yang pertama pada tanggal 1 Juli 2023, konten berita terupdate maksimal 48 jam sebelum diunggah, konten quotes, konten rekomendasi lagu, serta konten hiburan berupa konten kebiasaan penyiar, konten zodiak, dan konten trend games bersama penyiar. Perencanaan konten ini berdasarkan hasil wawancara sebelumnya pada langkah "*Listen*", yang mana responden menunjukkan minat dengan konten konten ini.

2) Iterasi 2 "Perencanaan Konten Bulan Agustus 2023"

Pada bulan Agustus 2023, peneliti melakukan perencanaan kasar kembali terhadap konten yang akan dibuat di bulan Agustus. Beberapa konten yang akan dibuat diantaranya; konten spesial pada bulan Agustus yaitu konten ucapan Selamat hari raya Galungan lan Kuningan, serta ucapan selamat hari kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2023, lalu konten berita dengan format terbaru sesuai hasil evaluasi pada iterasi sebelumnya, konten hiburan berupa kebiasaan penyiar, serta konten rekomendasi musik, dan konten motivasi. Rencana ini dibuat berdasarkan hasil konten yang paling banyak *views* serta *likes* pada iterasi pertama di bulan Juli 2023.

3) Iterasi 3 "Perencanaan Konten Bulan September 2023"

Pada bulan September 2023, peneliti melakukan perencanaan kasar kembali terhadap konten yang akan dibuat dibulan September. Beberapa konten yang akan dibuat diantaranya; konten berita, konten hiburan berupa kebiasaan penyiar, konten rekomendasi musik yang pada bulan ini tidak melalui reels lagi tapi menggunakan story untuk mengundang respon dari *followers*, serta konten motivasi perencanaan konten ini berdasarkan hasil evaluasi konten diiterasi sebelumnya yaitu di bulan Juli 2023 dan Agustus 2023.

4.1.3 *Strategy*

1) Iterasi 1 "Jadwal Strategi Konten Bulan Juli 2023"

Dari hasil perencanaan (*Plan*) pada iterasi pertama di bulan Juli, penulis merangkum serta membuat jadwal rinci penguploadan konten, sebagai berikut:

Tabel 1. Strategi Konten Bulan Juli 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent
1	XD Radio 1st Anniversary	Special	Reels	harapan dari semua tim XD Radio Yudha	Sabtu, 1 Juli 2023	17.00	full team
-	-	-	-	-	-	-	-
8	Gibah Zodiak [part 1]	Konten Hiburan	Reels	Zodiak yang paling hobi HTS "Aquarius" Konsep gamenya intinya jangan samai tertangkap kamera	Jumat, 28 Juli 2023	21.00	Geisk & Alexa
9	Camera Shoot Game	Konten Hiburan	Reels		Minggu, 30 Juli 2023	8.00	full team

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

2) Iterasi 2 "Jadwal Strategi Konten Bulan Agustus 2023"

Dari hasil perencanaan (*Plan*) pada iterasi kedua dibulan Agustus, penulis merangkum serta membuat jadwal rinci penguploadan konten, sebagai berikut:

Tabel 2. Strategi Konten Bulan Agustus 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent
1	Ucapan hari raya Galungan & Kuningan	Special	Feed	Feeds ucapan selamat hari raya Galungan dan Kuningan.	Rabu, 2 Agustus 2023	9.00	Wanna & Gar
-	-	-	-	-	-	-	-
7	XD Song Recommend [part 4]	Konten Musik	Reels	Rekomendasi lagu yang pas buat kamu yang lagi berbunga-bunga	Minggu, 27 Agustus 2023	8.00	Viola
8	Kasmaran	Konten Motivasi	Reels	Quotes Cindy "I Love You Sekebon"	Kamis, 31 Agustus 2023	19.00	Cindy

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

3) Iterasi 3 "Jadwal Strategi Konten Bulan September 2023"

Dari hasil perencanaan (*Plan*) pada iterasi ketiga dibulan September, penulis merangkum serta membuat jadwal rinci penguploadan konten, sebagai berikut:

Tabel 3. Strategi Konten Bulan September 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent
1	"The Nun 2", akan tayang tanggal 6 September 2023	Konten Berita	Reels	Berita mengenai film Horror the Nun2 akan segera tayang pada tangga 6 September 2023.	Jumat, 1 September 2023	12.00	Geiska
-	-	-	-	-	-	-	-

9	Tik Tok Best Music	Konten Musik	Story	Konsep Story memperkenalkan tema music corner minggu ini, dilanjutkan spill top 3 music this week, last tanya rekomendasi XD People sesuai tema lagu dan respon satu persatu	Selasa, 26 September 2023	19.00	Viola & Joshi
10	Apa Katamu, "Dia yang datang pas butuh aja"	Konten Hiburan	Story	Konsep Story dengan memberitau penonton story bahwa ada Asian Nite malam ini. Lalu menanyakan pertanyaan soal hal yang sering relate dengan pembicaraan orang sekarang.	Jumat, 29 September 2023	19.00	Geiska & Alexa

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

4.1.4 Action & Control

a) Iterasi 1 "Hasil Penelitian Strategi Konten Bulan Juli 2023"

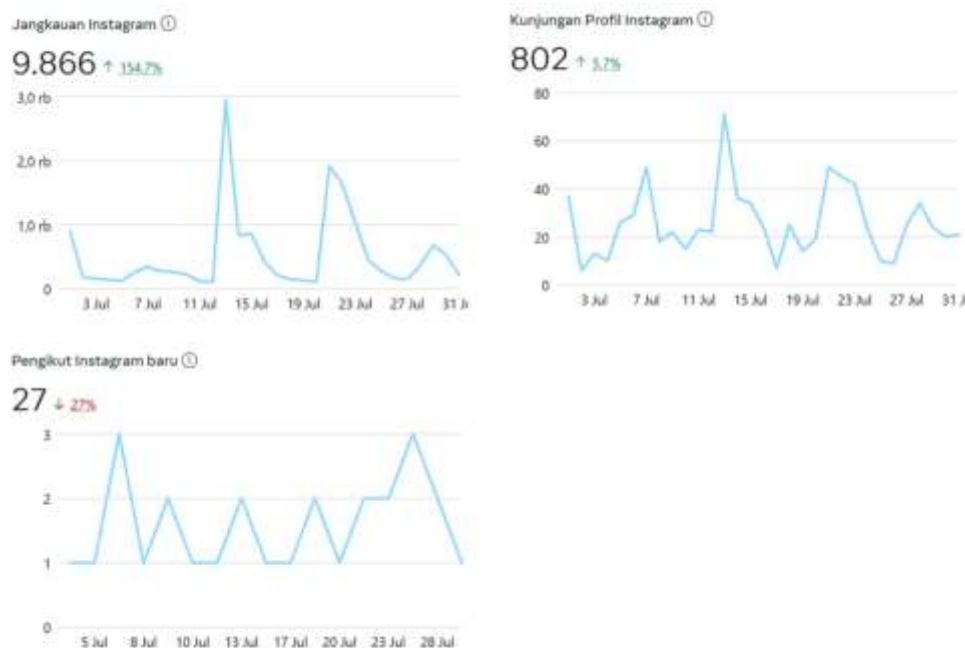
Berikut merupakan tabel jadwal implementasi strategi konten pada bulan Juli 2023:

Tabel 4. Action & Control konten dibulan Juli 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent	Instagram Insight Setelah 1 Bulan
1	XD Radio 1st Anniversary	Special	Reels	harapan dari semua tim XD Radio Yudha	Sabtu, 1 Juli 2023	17.00	full team	1475 Views 75 Likes 5 comment 6 send
-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Gibah Zodiak [part 1]	Konten Hiburan	Reels	Zodiak yang paling hobi HTS "Aquarius"	Jumat, 28 Juli 2023	21.00	Geiska & Alexa	754 Views 41 Likes 9 Comment 4 send 1 bookmark
10	Camera Shoot Game	Konten Hiburan	Reels	Konsep gamenya intinya jangan samai tertangkap kamera	Minggu, 30 Juli 2023	8.00	full team	1417 Views 52 Likes 10 comment 8 send 2 bookmark

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Setelah melakukan implementasi bulan Juli 2023, penelitian menunjukkan pola waktu pengunggahan konten XD Radio berpengaruh pada jumlah viewers. Pengunggahan konten pada pukul 07.30, 08.00, 15.00, dan 17.00 meningkatkan jumlah viewers hingga 900 hingga 1000 lebih. Namun, terjadi penurunan drastis hingga 700 viewers saat konten diunggah pada jam 11.00, 20.00, dan 21.00. Meskipun konten diunggah dua kali pada jam 11 pagi dengan jenis yang berbeda, penurunan viewers tetap terjadi. Hal yang sama terlihat saat konten diunggah dua kali pada kisaran jam 20.00-21.00, menyebabkan penurunan viewers hingga 700. Pada implementasi iterasi pertama ini, ditemukan kenaikan pada insight Instagram XD Radio Bali, yang dapat dilihat melalui meta business, sebagai berikut:



Gambar 4. Insight Instagram XD Radio bulan Juli 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Terlihat dari gambar 4, terjadi kenaikan jangkauan instagram hingga 154,7%. Tampak terdapat titik tertinggi dari statistika disini, yaitu saat XD Radio mengupload konten feed kolaborasi dengan salah satu narasumber talkshow XD Radio. Konten dibulan Juli ini juga membawa dampak pada jumlah kunjungan profil Instagram XD Radio yang meningkat hingga 5,7% dan pengikut instagram XD Radio bertambah 27 pengikut.

b) Iterasi 2 “Hasil Penelitian Strategi Konten Bulan Agustus 2023”

Setelah dilakukan iterasi pertama, peneliti melakukan evaluasi terkait konten yang akan dilanjutkan dan juga konten baru yang akan di implementasikan. Beberapa konten pada iterasi pertama yang memiliki *viewers* serta *likes* terbanyak yaitu konten *behind the scene* penyiar, konten kolaborasi terkait talkshow ataupun konten hiburan, dan juga konten motivasi. Maka dari itu akan dibuat perubahan terkait konsep konten yang akan diimplementasikan untuk meningkatkan lagi insight Instagram. Konten yang di implementasikan pada iterasi kedua ini yaitu; konten hiburan *behind the scene* penyiar, konten motivasi, konten berita, dan juga konten rekomendasi musik. Berikut merupakan tabel jadwal implementasi strategi konten pada bulan Agustus 2023:

Tabel 5. Action & Control konten dibulan Agustus 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent	Instagram Insight Setelah 1 Bulan
1	Ucapan hari raya Galungan & Kuningan	Special	Feed	Feeds ucapan selamat hari raya Galungan dan Kuningan.	Rabu, 2 Agustus 2023	9.00	Wanna & Gar	27 Likes 5 send
-	-	-	-	-	-	-	-	-

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent	Instagram Insight Setelah 1 Bulan
9	Ucapan Hari Kemerdekaan	Special	Reels	Ucapan hari raya kemerdekaan Indonesia melalui Reels Berita mengenai pelantikan	Kamis, 17 Agustus 2023	7.00	Geiska	1080 Views 48 Likes 5 send
10	Pelantikan Rektor Primakara University	Konten Berita	Reels	Rektor Primakara University pada tanggal 18 Agustuts 2023.	Sabtu, 19 Agustus 2023	8.00	Geiska	1244 views 94 likes 1 comment 6 send

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Dari data pengunggahan konten XD Radio pada bulan Agustus 2023, penelitian menunjukkan bahwa pengunggahan pada rentang jam 07.00 – 09.00 dan 15.00-17.00 memberikan hasil yang konsisten. Pengunggahan pada jam 07.00-09.00 menunjukkan jumlah viewer di atas 1000 secara konsisten, kecuali pada satu konten reels, "XD Music Recommendation," yang mengalami penurunan drastis menjadi 473 viewers. Pengunggahan pada rentang jam 15.00-17.00, yang sebelumnya mencapai 700-1000 viewer, mengalami penurunan menjadi 359-521 viewer pada konten berita showbiz dan konten quotes. Evaluasi diperlukan terkait konsep dan isi konten yang mengalami penurunan viewers. Pada implementasi iterasi kedua ini, ditemukan penurunan daripada iterasi sebelumnya pada insight Instagram XD Radio Bali, yang dapat dilihat melalui meta business, sebagai berikut:



Gambar 5. Insight Instagram XD Radio bulan Agustus 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Terlihat dari gambar 5, terjadi penurunan jangkauan Instagram hingga 64%, namun jangkauan ini tetap aman karena tetap terjadi peningkatan jumlah jangkauan yang tetap

konsisten diatas 1000. Tampak terdapat titik tertinggi dari statistika disini, yaitu saat XD Radio mengupload konten berita pelantikan rektor Primakara University, yang mana konten ini berkolaborasi dengan Instagram @primakara.univ. Dengan jumlah viewer hingga 1244 views, disukai oleh 94 orang, dikomentari oleh 1 orang, dan dibagikan sebanyak 6 kali.

c) Iterasi 3 "Hasil Penelitian Strategi Konten Bulan September 2023"

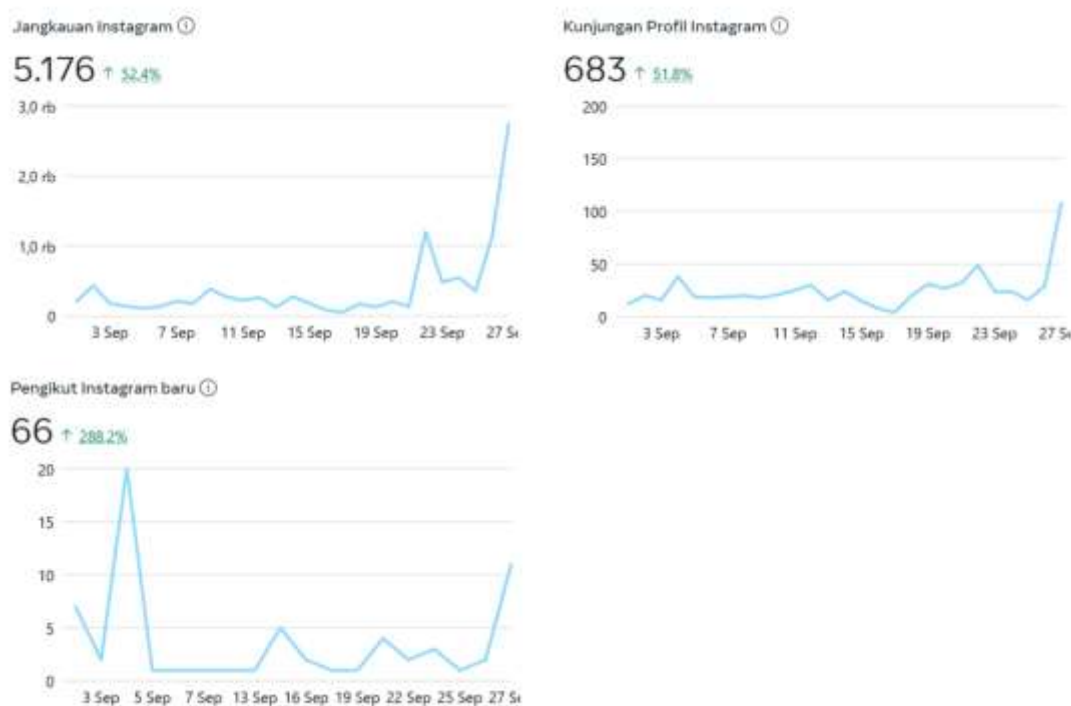
Setelah dilakukan iterasi pertama dan kedua, peneliti melakukan evaluasi kembali terkait konten yang akan dilanjutkan dan juga konten baru yang akan di implementasikan. Beberapa konten pada iterasi pertama yang memiliki viewers diatas 1000 views, namun terjadi penurunan diiterasi kedua. Hal inilah yang akan ditinjau kembali. Beberapa konten yang masih konsisten dengan viewers terbanyak di konten Instagram XD Radio Bali hingga sekarang yaitu konten behind the scene penyiar, konten kolaborasi terkait talkshow ataupun konten hiburan, dan juga konten motivasi. Maka dari itu akan dibuat perubahan terkait konsep konten yang akan diimplementasikan untuk meningkatkan lagi insight Instagram. Konten yang di implementasikan pada iterasi kedua ini yaitu; konten hiburan behind the scene penyiar, konten motivasi, konten berita, dan juga konten rekomendasi musik, serta untuk konten terdapat update dari sisi konten story yaitu membuat konten story sesuai dengan segment spesial XD Radio yaitu Asian Nite dan Music Corner. Dimana di segmen Music Corner membahas lagu serta merespon rekomendasi lagu dari pendengar. Konten Asian Nite yaitu konten tentang pertanyaan dari penyiar mengenai hal yang sering kali relate dengan pembicaraan anak muda sekarang. Berikut merupakan tabel jadwal implementasi strategi konten pada bulan September 2023:

Tabel 6. *Action & Control* konten dibulan September 2023

No.	Ide Konten	Jenis Konten	Tipe Konten	Keterangan	Hari, Tanggal	Jam	Talent	Instagram Insight Setelah 1 Bulan
1	"The Nun 2", akan tayang tanggal 6 September 2023	Konten Berita	Reels	Berita mengenai film Horror the Nun2 akan segera tayang pada tanggal 6 September 2023.	Jumat, 1 September 2023	12.00	Geiska	488 Views 19 Likes 4 Send
-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Tik Tok Best Music	Konten Musik	Story	Konsep Story memperkenalkan tema music corner minggu ini, dilanjutkan spill top 3 music this week, last tanya rekomendasi XD People sesuai tema lagu dan respon satu persatu Konsep Story dengan memberitau penonton story bahwa ada Asian Nite malam ini. Lalu menanyakan pertanyaan soal hal yang sering relate dengan pembicaraan orang sekarang.	Selasa, 26 September 2023	19.00	Viola & Joshi	102 Views 1 Likes 10 tanggapan
14	Apa Katamu, "Dia yang datang pas butuh aja"	Konten Hiburan	Story	Konsep Story dengan memberitau penonton story bahwa ada Asian Nite malam ini. Lalu menanyakan pertanyaan soal hal yang sering relate dengan pembicaraan orang sekarang.	Jumat, 29 September 2023	19.00	Geiska & Alexa	106 Views 2 Balasan 2 Likes 8 tanggapan

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)

Dari data pengunggahan konten XD Radio pada bulan Agustus 2023, pengunggahan dalam rentang jam 07.00 – 09.00 menunjukkan hasil yang bervariasi. Konten rekomendasi musik lewat reels dan konten berita memiliki peningkatan hingga angka 500-an dan 400-an viewer, memerlukan evaluasi lebih lanjut. Namun, konten hiburan dibalik layar penyiar dan konten Quotes menunjukkan konsistensi dengan angka viewer di atas 1000. Selain itu, konten iklan tiket konser XD Fiesta yang diupload di jam 12 siang, berkolaborasi dengan Instagram Primakara University, menunjukkan peningkatan signifikan hingga 5000 viewer. Setelah melakukan implementasi, ditemukan kenaikan pada insight Instagram XD Radio Bali, yang dapat dilihat melalui meta business, sebagai berikut:



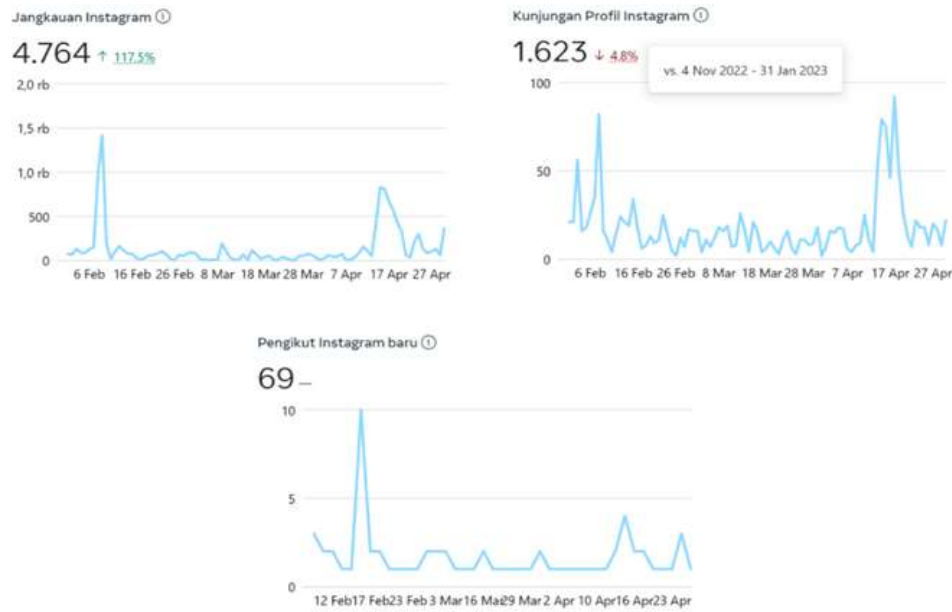
Gambar 6. Insight Instagram XD Radio bulan September 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Terlihat dari gambar 4.17 terjadi kenaikan jangkauan instagram hingga 52,4%, dibandingkan bulan Agustus 2023. Tampak terdapat titik tertinggi dari statistika disini, yaitu saat XD Radio mengupload konten iklan tiket XD Fiesta yang dibuat oleh peneliti di Instagram XD Radio, yang mana konten ini berkolaborasi dengan Instagram @primakara.univ. Dengan jumlah viewer hingga 5268 views, disukai oleh 140 orang, dikomentari oleh 10 orang, dan dibagikan sebanyak 21 kali, dan disimpan oleh 3 orang (*bookmark*). Konten dibulan September ini juga membawa dampak pada jumlah kunjungan profil Instagram XD Radio mencapai 683 kali dan pengikut instagram XD Radio bertambah 66 pengikut.

4.2 Pembahasan Penerapan *Social Media Plan*

4.2.1 Perbandingan Insight Instagram XD Radio.

Bali Bulan Februari–Maret 2023 dengan insight dibulan Juli-September 2023. Setelah melakukan implementasi penerapan *Social Media Plan* pada Instagram XD Radio Bali, didapati perubahan insight pada Insight XD Radio Bali. Hal ini dapat dilihat dari data awal insight XD Radio Bali yaitu dibulan Februari-April 2023 sebagai berikut



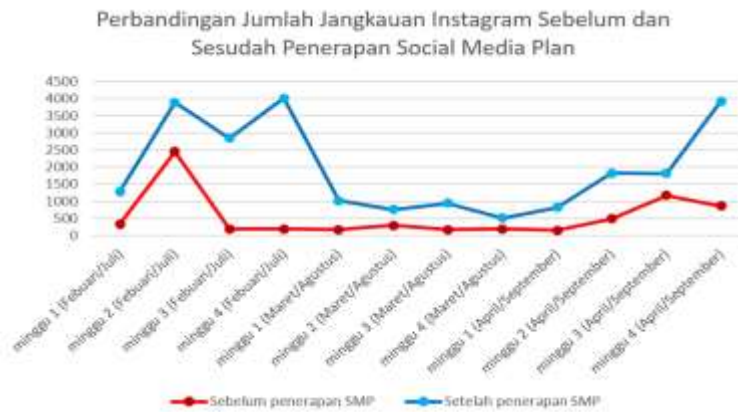
Gambar 7. Insight Instagram XD Radio bulan Febuari - April 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Berikut merupakan insight Instagram XD Radio Bali setelah dilakukannya implementasi *Social Media Plan* yaitu dibulan Juli – September 2023:



Gambar 8. Insight Instagram XD Radio bulan Juli – September 2023
Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Berikut merupakan ringkasan perbandingan Jumlah Jangkauan Instagram sebelum dan sesudah penerapan *Social Media Plan*, yang dapat dilihat pada gambar 7:



Gambar 9. Perbandingan jumlah jangkauan Instagram sebelum dan sesudah penerapan SMP
 Sumber: Meta business XD Radio (2023)

Berikut merupakan ringkasan perbandingan Jumlah kunjungan profil Instagram sebelum dan sesudah penerapan *Social Media Plan*, yang dapat dilihat pada gambar 8:



Gambar 10. Perbandingan Jumlah kunjungan profil sebelum dan sesudah penerapan SMP
 Sumber : Meta business XD Radio (2023)

Berikut merupakan ringkasan perbandingan Jumlah Pengikut Baru Instagram sebelum dan sesudah penerapan *Social Media Plan*, yang dapat dilihat pada gambar 9:



Gambar 11. Perbandingan Jumlah pengikut baru sebelum dan sesudah penerapan SMP
 Sumber : Meta business XD Radio (2023)

Berdasarkan kedua perbandingan data diatas, bisa disimpulkan bahwa penerapan *Social Media Plan* berhasil meningkatkan insight Instagram XD Radio Bali. Jangkauan Instagram XD Radio Bali terlihat meningkat sebanyak 10.339, kunjungan profil meningkat sebanyak 42 user.

Waktu posting masing-masing akun Instagram memiliki waktu posting terbaik yang berbeda beda. Hal ini juga terbukti pada salah satu penelitian yang pernah dilakukan pada 10 akun penyedia jasa open trip pada platform Instagram. Ditemukan bahwa setiap akun memiliki waktu terbaik yang berbeda beda untuk menerbitkan konten [16]. Dalam penelitian ini, waktu posting konten menjadi faktor penting dalam meningkatkan insight Instagram XD Radio Bali. Meskipun banyak narasumber aktif di malam hari, konten yang diunggah pada jam tersebut cenderung memiliki insight yang rendah. Peneliti menemukan waktu yang lebih efektif untuk unggahannya, khususnya di jam 07.00-09.00, yang menunjukkan jumlah penonton yang stabil di atas 1000 penonton. Faktor lain yang mempengaruhi insight ini, termasuk jenis konten dan konsistensi unggahan. Dalam buku yang ditulis oleh Adam Cam dalam bukunya yang berjudul "How to Rapidly Attract Followers & Grow a Successful Page", ada beberapa point penting yang butuh diperhatikan dalam meningkatkan insight Instagram [17]

- 1) Jenis Konten: Konten hiburan dengan cerita lucu di balik layar penyiar dan konten motivasi (quotes) yang disertai lagu cocok dengan minat *audience* XD Radio. Konten-konten ini menunjukkan peningkatan penonton yang konsisten dari sekitar 900-an menjadi lebih dari 1000 penonton.
- 2) Konsistensi: Penjadwalan unggahan yang konsisten menjadi kunci dalam meningkatkan insight. Reels diunggah pada hari Jumat dan Minggu di jam 07.00-09.00, sementara konten berita diunggah sesuai dengan waktu berita yang terjadi, maksimal 48 jam sebelumnya. Konten iklan juga diunggah berdasarkan permintaan pihak terkait.
- 3) Merespon Penonton: Respon terhadap penonton merupakan upaya membangun hubungan dengan mereka. Peneliti berusaha membangun interaksi melalui konten reels "XD Music Recommended" dan kemudian menggunakan fitur QNA pada Instastory XD Radio Bali, terutama pada program spesial XD Radio seperti Asian Nite dan Music Corner. Terlihat bahwa interaksi dengan penonton meningkat secara signifikan dengan penggunaan fitur ini pada iterasi ketiga pada bulan September.

Pada penelitian ini, tujuan utama adalah untuk menerapkan *Social Media Plan* (SMP) pada platform Instagram XD Radio Yudha dan mengukur dampaknya terhadap tingkat *brand awareness* dari XD Radio Yudha. Dengan menggunakan metode *Social Media Plan*, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa strategi yang diimplementasikan telah meningkatkan signifikan tingkat *brand awareness* XD Radio Bali. Melalui proses yang terstruktur dari pemahaman mendalam terhadap perilaku pengguna Instagram XD Radio hingga perencanaan strategis berdasarkan analisis yang mendalam, penelitian ini menghasilkan pencapaian yang positif. penerapan *Social Media Plan* secara terencana dan terukur dapat menjadi strategi yang kuat dalam memperkuat *brand awareness* suatu entitas bisnis, seperti yang terbukti pada XD Radio.

5. Simpulan

Dalam penelitian ini, penerapan metode *Social Media Plan* telah berhasil membuktikan peningkatan signifikan dalam *brand awareness* XD Radio Bali. Mulai dari tahap memahami minat dan kebiasaan sosial media pengikut XD Radio, hingga perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi yang tepat berbasis pada analisis yang dilakukan. Hasil dari implementasi selama 3 bulan menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan jangkauan Instagram mencapai 15.103, kunjungan profil meningkat hingga 2016 kali, dan penambahan 111 pengikut baru. Hal ini mengindikasikan bahwa metode *Social Media Plan* efektif dalam meningkatkan *brand awareness* XD Radio Bali melalui platform Instagram

Daftar Referensi

- [1] A. D. Riyanto, "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022," 3 April 2023. [Online]. Available: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>.
- [2] M. A. Rizaty, ""Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia"," DataIndonesia.id, 3 August 2022. [Online]. Available: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>. [Accessed 26 April 2023].
- [3] S.A. Sitorus dkk., Brand Marketing : The Art of Branding, Bandung : Penerbit Media Sains

- Indonesia, pp. 111-116, 2022.
- [4] N. A. Hawa and B. H. P. Pramuditha, "Efektifitas Komunikasi Pemasaran Bisnis UMKM Melalui Fitur Reels Instagram," *Jurnal Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Bandung*, vol. 5, no. 1, pp. 40-51, 2023.
- [5] D. Yanuar, Z. Azman, F. Nurrahmi and F. Qamara, "The Use of Viral Marketing Through Instagram to Increase *Brand awareness*," *Jurnal Ilmu Komunikasi (ULTIMACOMM)*, vol. 13, no. 1, pp. 145-168, 2021.
- [6] M. a. W. Kencana, "Platform Digital Siaran suara Berbasis On Demand (Studi Deskriptif Podcast di Indonesia)," *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 4, no.2, pp. 191-207, 2020.
- [7] V. Russo, R. Valesi, A. Gallo, R. Laureanti and M. Zito, "The Theater of the Mind: the Effect of Radio Exposure on TV Advertising," *Social Science*, vol.9, no.7, pp. 1-22, 2020.
- [8] S. K. Nugraha and Yulianti, "Strategi Konvergensi Media sebagai Sarana Promosi, Perluasan pendengaran dan Pengembangan konten," *Prosiding Manajemen Komunikasi*, vol. 6, no. 2, pp. 339-342, 2020.
- [9] C. machado and J. P. Davim, *MBA Theory and Application of Business and Management Principles*, Switzerland: Springer International Publishing Switzerland, pp. 49-52, 2016.
- [10] M. B. Suite, "Apa itu Meta Business Suite," Meta Business Sute, California. [Accessed April 2023].
- [11] N. Patel, "What is Social Media Marketing?," NP Digital, 2022. [Online]. Available: <https://neilpatel.com/what-is-social-media-marketing/>. [Accessed April 2023].
- [12] A. KaPlan and M. Haenlein, ""Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*, vol. 53, no.1, pp. 59-68, 2010.
- [13] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, New Jersey: Pearson, pp. 478-500, 2019.
- [14] XD Radio, "Profile XD Radio Yudha," Radio Suara udha, September 2022. [Online]. Available: <https://www.xdradiofm.com/about>. [Accessed April 2023].
- [15] M. a. W. Kencana, "Platform Digital Siaran suara Berbasis On Demand (Studi Deskriptif Podcast di Indonesia)," *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 4, no.2, pp. 191-207, 2020.
- [16] A. Priadana and A. W. Murdiyanto, "Analisis Waktu Terbaik untuk Menerbitkan Konten di Instagram untuk Menjangkau Audiens," *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, vol. 24, no. 1, pp. 59-70, 2020.
- [17] A. Cam, *How to Rapidly Attract Followers & Grow A Successful Page*, thebcma, vol.1, no.12, pp. 14-16, 2020.