

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DI INSTAGRAM @omahwayangklaten

DIGITAL COMMUNICATION STRATEGY ON INSTAGRAM @omahwayangklaten

Tessalonika Prita Pramesthi¹, Dra. Maya Sekar Wangi, M. Si²
Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
tessalonikaprita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Sanggar Seni Omah Wayang Klaten melalui akun Instagram @omahwayangklaten dengan menggunakan kerangka Social Media Engagement Theory (SMET). Fokus penelitian mencakup lima dimensi utama, yaitu interaktivitas, jangkauan (reach), ketepatan waktu (timelessness), personalisasi, dan kualitas konten (content quality). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pengelola akun, serta dokumentasi aktivitas media sosial sanggar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi Instagram sebagai media publikasi seni tradisional belum dimanfaatkan secara maksimal. Pada dimensi interaktivitas, tingkat keterlibatan audiens masih rendah karena minimnya respon cepat dan fitur interaktif. Jangkauan (reach) terbatas akibat rendahnya frekuensi posting, kurangnya optimasi hashtag, dan tidak adanya kolaborasi lintas komunitas. Ketepatan waktu publikasi (timelessness) kurang optimal karena banyak konten diunggah setelah momentum acara berlalu. Personalisasi pesan belum terbangun karena konten cenderung formal dan generik. Sementara itu, kualitas konten (content quality) secara teknis cukup baik, namun kurang bervariasi dari segi format dan storytelling.

Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya pengelolaan media sosial yang lebih terencana, termasuk peningkatan frekuensi dan interaktivitas konten, optimasi strategi jangkauan, pengunggahan konten secara real-time, penguatan personalisasi pesan, serta peningkatan variasi dan kualitas konten visual. Dengan demikian, strategi komunikasi digital @omahwayangklaten dapat lebih efektif dalam menjangkau dan melibatkan audiens, khususnya generasi muda.

Kata Kunci: strategi komunikasi digital, media sosial, Instagram, SMET, Omah Wayang Klaten.

Abstract

This study aims to analyze the digital communication strategies implemented by Sanggar Seni Omah Wayang Klaten through its Instagram account @omahwayangklaten using the Social Media Engagement Theory (SMET) framework. The research focuses on five main dimensions: interactivity, reach, timelessness, personalization, and content quality. This research employed a descriptive qualitative method, with data collected through direct observation, in-depth interviews with the account administrator, and documentation of the sanggar's social media activities.

The findings reveal that the potential of Instagram as a medium for promoting traditional arts has not been fully maximized. In the interactivity dimension, audience engagement remains low due to limited prompt responses and minimal use of interactive features. The reach is restricted by low posting frequency, lack of hashtag optimization, and absence of cross-community collaborations. Timelessness is not optimal as many posts are uploaded after the momentum of the events has passed. Personalization is underdeveloped as the content tends to be formal and generic. Meanwhile, content quality is technically adequate but lacks variety in formats and storytelling approaches.

The implications of this study indicate the need for a more structured social media management strategy, including increasing content frequency and interactivity, optimizing reach strategies, posting content in real-time, enhancing message personalization, and improving the variety and quality of visual content. By doing so, @omahwayangklaten's digital communication strategy can be more effective in reaching and engaging audiences, especially younger generations.

Keywords: *digital communication strategy, social media, Instagram, SMET, Omah Wayang Klaten.*

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara individu dan organisasi dalam berkomunikasi serta mempublikasikan informasi. Media sosial kini menjadi salah satu sarana komunikasi utama, tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari tetapi juga dalam kehidupan seni dan budaya. Salah satu platform yang paling populer dalam berbagi konten visual adalah Instagram. Menurut laporan *We Are Social dan Hootsuite* (2023), Instagram memiliki lebih dari 13 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, dengan mayoritas penggunanya berasal dari kelompok usia 18 - 34 tahun. Di Indonesia sendiri, pengguna Instagram terus meningkat setiap tahunnya, menjadikannya sebagai salah satu media sosial yang dominan. Keunggulan Instagram dalam menampilkan konten berbasis gambar dan video menjadikannya *platform* yang sangat relevan bagi komunitas seni dan budaya dalam mempromosikan karya mereka kepada *audiens* yang lebih luas. Menurut data yang sudah dikumpulkan pada Agustus 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 pengguna, yang setara dengan 311,6% dari total populasi di negara ini. Sementara, berdasarkan data terbaru, jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar 284.389.952 jiwa.

Ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga dari populasi Indonesia aktif menggunakan Instagram, mencerminkan pentingnya *platform* ini dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia.

Akun Instagram @omahwayangklaten tergolong akun yang sudah lama dan

dibuat guna memperkenalkan seni dan budaya yang ada. Akun tersebut dikelola oleh pihak dari sanggar itu sendiri.

Omah Wayang Klaten memiliki tiga akun media sosial yaitu Instagram (@omahwayangklaten), Facebook (Omah Wayang Klaten), dan YouTube (Omah Wayang). Akun Instagram @omahwayangklaten memposting segala kegiatan yang dilakukan oleh sanggar tersebut, baik dari pentas seni, perlombaan, kunjungan, dan pembelajaran budaya. Instagram @omahwayangklaten sudah memiliki 2.969 pengikut dan terus bertambah setiap harinya. Pengikutnya terdiri dari masyarakat Klaten, luar Klaten, sanggar yang ada di Klaten dan luar Klaten, akun pariwisata Klaten, akun Dinas Kabupaten Klaten, serta tokoh publik atau masyarakat. Diantaranya tokoh penting di Kabupaten Klaten yaitu Bupati Kabupaten Klaten periode 2025/2030 Bapak Hamemang Wajar Ismoyo S.I.Kom dan beberapa sanggar yaitu Sanggar Kayu Wangi, dan Sanggar Budaya Setya Arum.

Sebagai pusat pelestarian seni wayang, Sanggar Omah Wayang Klaten memiliki misi untuk menjaga warisan budaya sekaligus memperkenalkannya kepada generasi muda. Di tengah arus digitalisasi, Instagram menjadi alat penting untuk menjangkau *audiens* ini. Namun, platform tersebut menuntut strategi komunikasi visual yang kreatif dan konsisten agar dapat bersaing dengan jenis konten yang lebih modern dan dinamis.

Meskipun Sanggar Seni Omah Wayang Klaten telah menggunakan

Instagram sebagai media publikasi, akun @omahwayangklaten mengalami beberapa tantangan seperti rendahnya interaktivitas audiens, jangkauan konten yang terbatas, serta keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan konten digital. Situasi ini berpotensi menimbulkan krisis komunikasi di mana pesan yang ingin disampaikan tidak efektif kepada *audiens*.

Salah satu bentuk krisis komunikasi ini adalah kurangnya respons terhadap pesan-pesan yang masuk di Instagram. Sanggar Omah Wayang Klaten tidak hanya kesulitan dalam menyusun strategi konten yang menarik, tetapi juga seringkali mengabaikan atau tidak menanggapi pesan-pesan langsung dari *audiens*, termasuk pertanyaan, komentar, atau bentuk komunikasi lainnya. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, akun Instagram @omahwayangklaten memiliki sekitar 126 komentar yang tidak terbalas dari 383 postingan di Instagram.

Dalam konteks media sosial, merespons pesan merupakan bagian penting dari Teori Interaksi Dua Arah (Shannon & Weaver, 1949) yang menekankan bahwa komunikasi yang efektif harus melibatkan umpan balik dari kedua belah pihak. Ketika pesan masuk terabaikan, interaksi yang seharusnya dapat membangun hubungan dengan *audiens*

menjadi terputus dan terjadi kegagalan komunikasi yang dapat berdampak pada menurunnya *engagement* dan loyalitas pengikut.

Selain itu, Sanggar Seni Omah Wayang

Klaten juga mengalami kesulitan dalam menyusun strategi konten yang menarik. Konten yang dipublikasikan sering kali tidak memiliki perencanaan yang matang, baik dari segi frekuensi

unggahan, kualitas visual, maupun gaya komunikasi. Dari data yang peneliti dapatkan, akun Instagram @omahwayangklaten konten yang mendapat frekuensi rendah selama tiga bulan terakhir sekitar 71 konten dari 73 konten yang dibuat.

Teori Komunikasi Visual (Lester, 2013) menyatakan, konsistensi dalam visual branding sangat penting untuk menciptakan identitas yang kuat dan menarik perhatian *audiens*. Kurangnya identitas visual yang jelas membuat akun Instagram Sanggar Seni Omah Wayang Klaten kurang menonjol dibandingkan akun - akun seni dan budaya lainnya yang lebih profesional dalam strategi digital mereka. Ketika membandingkan akun Instagram @omahwayangklaten dengan akun daerah lainnya, terdapat perbedaan yang mencolok dalam jenis konten yang diposting. Dibandingkan dengan akun sejenis, akun @omahwayangklaten lebih menonjol dengan kecenderungan untuk lebih banyak membagikan konten berupa video dengan durasi pendek di *story*. Namun untuk konten melalui *story* yang dibagikan terakhir kali pada tanggal 25 Januari 2025 dan membagikan konten berupa feeds pada tanggal 27 Desember 2024. Publikasi konten di Instagram tidak hanya bergantung pada kreativitas, tetapi juga pada Strategi Digital yang konsisten. Kaplan & Haenlein (2010) menyatakan bahwa media sosial

Vol. X No. X, Tahun XXXX, Halaman (X-X)
 menuntut keterlibatan aktif dari pengelola akun agar dapat menarik perhatian *audiens* dan membangun komunitas yang solid.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan *platform* yang sangat

potensial bagi komunitas seni untuk memperkenalkan karya mereka kepada *audiens* yang lebih luas, terutama generasi muda. Namun, dalam praktiknya, Sanggar Seni Omah Wayang Klaten menghadapi berbagai tantangan komunikasi dan publikasi, seperti rendahnya interaksi dengan *audiens*, ketidakkonsistenan dalam produksi konten, serta keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana Sanggar Omah Wayang Klaten menghadapi tantangan-tantangan ini dalam memanfaatkan Instagram sebagai platform publikasi dan komunikasi, terutama untuk menjangkau kalangan generasi muda serta mengidentifikasi strategi komunikasi digital yang dapat diterapkan agar Sanggar Seni Omah Wayang Klaten lebih efektif dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat publikasi dan komunikasi.

METODE PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif. Data yang disajikan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dengan merujuk pada sumber dan literatur yang kredibilitasnya terjaga. Dalam mengolah suatu peristiwa juga berdasarkan objek yang terdapat di

lapangan serta di dukung dengan teori yang ada (Cresswell, 2015).

Secara umum, penelitian kualitatif adalah metode yang melibatkan pendekatan interpretatif terhadap fenomena yang dipelajari, beroperasi dalam konteks

alami. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menemukan atau mengembangkan teori yang ada, dengan berusaha menjelaskan realitas melalui penjelasan deskriptif dalam bentuk kalimat. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang cenderung terukur dan obyektif, pendekatan kualitatif cenderung lebih subjektif dan dapat diperdebatkan. (Triyono, 2021)

Dengan menggunakan jenis penelitian ini, kita dapat mengungkapkan gambaran yang mendalam dan rinci tentang suatu situasi atau objek. Objek yang diteliti bisa meliputi individu tunggal, keluarga, peristiwa tertentu, atau kelompok yang cukup terbatas. Hal ini memungkinkan peneliti untuk merasakan, memahami, dan memperoleh pemahaman tentang bagaimana objek tersebut beroperasi atau berfungsi dalam konteks alami yang sebenarnya. (Yusuf, 2014)

Oleh karena itu, pendekatan penelitian ini akan menjadi sangat relevan dan tepat guna untuk meneliti strategi pengelolaan media sosial Sanggar Seni Omah Wayang Klaten di Instagram @omahwayangklaten.

Penelitian ini akan melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai unsur yang signifikan, seperti sumber daya

Vol. X No. X Tahun XXXX, Halaman (X-X)
 manusia dan strategi pengelolaan yang diterapkan. Peneliti akan melakukan pendalaman yang komprehensif terhadap setiap unsur ini untuk mengumpulkan data yang kuat dan mendalam. Dalam proses interpretasi data dan informan yang diperoleh dari berbagai sumber, peneliti akan mengambil pendekatan yang teliti dan cermat agar memperoleh pemahaman yang akurat dan mendalam.

B. OBJEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah strategi pengelolaan akun @omahwayangklaten di media sosial Instagram. Penelitian ini berfokus pada bagaimana akun tersebut mengelola pesan, mengolah, dan menyampaikan informasi melalui postingan baik feeds maupun story di Instagram serta strategi pengelolaan akun tersebut.

C. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Sanggar Seni Omah Wayang, yang berlokasi di Jl. Arimbi No. 02, Dukuh Jombor, Desa Danguran, Kec. Klaten Selatan, Padangan, Danguran, Kec. Klaten Sel., Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih karena menjadi salah satu pusat kegiatan seni tradisional yang berupaya menjangkau generasi muda melalui *platform* digital seperti Instagram.

Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung sejak Maret hingga Mei 2025, mencakup tahap pra-penelitian (koordinasi dan pengumpulan data awal), pengambilan data utama (wawancara dan observasi), serta analisis data.

D. PROSES SELAMA PENELITIAN

Proses penelitian dimulai dengan observasi awal terhadap akun Instagram @omahwayangklaten untuk mengidentifikasi pola publikasi, frekuensi unggahan, jenis konten, serta tingkat interaksi dengan pengikut. Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pengelola akun Instagram, pengurus sanggar, serta

beberapa audiens muda yang menjadi target publikasi digital sanggar.

Selain wawancara dan observasi langsung saat kegiatan sanggar berlangsung, peneliti juga mengumpulkan data dokumentasi berupa arsip konten, caption, tanggapan audiens, serta catatan internal sanggar mengenai pengelolaan media sosial. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara tematik untuk menemukan pola, hambatan, serta peluang komunikasi digital yang dihadapi oleh sanggar.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Seperti yang telah diketahui, metode atau teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan memperoleh data. Ada berbagai macam teknik atau cara yang dapat digunakan tergantung pada kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi,

- a. Wawancara adalah suatu peristiwa atau proses interaksi di mana seorang pewawancara berkomunikasi secara langsung dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai. Ini melibatkan percakapan tatap muka di mana pewawancara mengajukan pertanyaan tentang topik yang telah direncanakan sebelumnya (Yusuf, 2014). Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari informan kunci.

Wawancara ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian. Melalui wawancara, peneliti akan mengajukan berbagai pertanyaan terkait strategi pengelolaan media sosial Instagram @omahwayangklaten.

- b. Observasi adalah proses mencatat fenomena dengan cara terorganisir. Pengamatan dapat dilakukan dengan terlibat aktif (partisipatif) atau tidak aktif ((nonpartisipatif (Idrus,2009))). Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan observasi selama tiga bulan terhadap akun Instagram @omahwayangklaten. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana informasi yang disajikan melalui platform digital tersebut. Peneliti akan memperhatikan grafis dari setiap konten, melihat respon dari pengikut melalui jumlah like dan komentar, serta mengamati pertumbuhan jumlah pengikut akun tersebut selama periode tersebut. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan fitur-fitur yang

tersedia di Instagram untuk melacak kegiatan yang diunggah oleh akun tersebut.

- c. Dokumen merujuk pada catatan atau karya yang mencerminkan sesuatu yang telah terjadi di masa lalu. Dokumen yang relevan dengan fokus penelitian memiliki nilai yang sangat penting dalam penelitian kualitatif (Yusuf, 2014). Dokumentasi merupakan teknik yang saling terkait dengan observasi dan wawancara dalam penelitian ini. Fungsi dari dokumentasi penelitian adalah untuk memberi bukti pendukung terhadap data yang diperoleh dari observasi

dan wawancara. Melalui dokumentasi, data yang telah dihimpun akan menjadi lebih kuat dan valid, karena informasi dari berbagai sumber dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda.

- d. Teknik studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan informasi dan teori yang relevan dari sumber-sumber tertulis yang ada. Peneliti mempelajari literatur, jurnal, dan publikasi lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial dan strategi komunikasi yang relevan pada penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tantangan utama dalam publikasi seni tradisional di media sosial dapat diatasi dengan strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur dan interaktif. Dengan menerapkan teori komunikasi digital dan media sosial, Sanggar

Seni Omah Wayang Klaten dapat meningkatkan engagement audiens dan memperluas jangkauan publikasi seni di era digital.

dapat juga menggunakan analisis dokumentasi berupa unggahan, caption, jumlah interaksi, dan algoritma Instagram yang mempengaruhi visibilitas konten.

F. VALIDITAS DATA

Dalam penelitian kualitatif, validitas data sering diperiksa menggunakan triangulasi untuk memastikan bahwa temuan penelitian akurat dan dapat dipercaya. Berikut adalah bentuk triangulasi yang dapat diterapkan dalam penelitian ini:

- a. Triangulasi Sumber: Menggunakan berbagai sumber data untuk membandingkan dan menginformasi informasi terkait tantangan komunikasi dan

publikasi Sanggar Seni Omah Wayang Klaten di Instagram. Sumber yang digunakan adalah wawancara dengan pengelola Sanggar Seni Omah Wayang Klaten, wawancara dengan anggota sanggar dan komunitas seni, menganalisis konten dari akun Instagram @omahwayangklaten, tanggapan audiens melalui komentar, like, engagement rate)

- b. Triangulasi Teknik: Menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk memvalidasi hasil penelitian. Teknik yang digunakan dapat menggunakan wawancara mendalam untuk menggali perspektif pengelola dan anggota sanggar mengenai kendala komunikasi dan strategi yang telah diterapkan, dapat menggunakan observasi langsung terhadap aktivitas publikasi di Instagram, pola interaksi, dan respon audiens, serta

- c. Triangulasi Peneliti: Meminta masukan atau validasi dan diskusi dengan dosen pembimbing, atau pakar di bidang media sosial dan seni pertunjukan.
- d. Triangulasi Teori: Menggunakan berbagai teori yang relevan untuk menganalisis fenomena yang ditemukan dalam penelitian.

G. ANALISIS DATA

Dalam proses analisis data dan informasi yang diperoleh dari penelitian, peneliti menggunakan beragam metode. Di bawah ini tercantum beberapa metode yang digunakan.

- a. Kondensasi data merupakan tahap dimana peneliti akan menyeleksi dan merangkum data yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta analisis dokumen agar lebih fokus pada tujuan penelitian.

Dengan melakukan reduksi data, peneliti dapat mengidentifikasi konsep-konsep dan pola-pola yang diingkinkan dari data tersebut, yang kemudian akan dirancang menjadi hasil akhir.

- b. Penyajian data merupakan proses menyajikan data penelitian yaitu hasil penelitian dalam bentuk naratif atau tabel untuk mempermudah pemahaman temuan

penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyajikan data dalam berbagai bentuk, seperti teks uraian yang memberikan deskripsi, grafik, tabel, dan sejenisnya.

- c. Penarikan dan pengujian kesimpulan merupakan tahap dimana peneliti melakukan analisis pola yang muncul dari data yang telah disajikan untuk merumuskan strategi komunikasi digital yang dapat dioptimalkan oleh Sanggar Seni Omah Wayang Klaten. Selanjutnya pengujian dilakukan dengan cara berpikir ulang selama proses penulisan, melakukan tinjauan ulang terhadap catatan di lapangan, dan berdiskusi dengan orang lain. Setelah data disajikan, peneliti akan menganalisis dan menginterpretasikan data yang ada untuk menarik

kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PROFIL SANGGAR SENI OMAH WAYANG KLATEN

Omah Wayang Klaten terbentuk atas dasar keprihatinan terhadap hidup, tumbuh dan berkembangnya budaya Jawa serta keinginan untuk mewujudkan sebuah pusat studi seni tradisional adalah daya utama yang mendorong berdirinya kebon pasinaon Omah Wayang Klaten. Berbekal kesederhanaan lembaga Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Dewi Fortuna sebagai lembaga satuan Pendidikan non-formal berbasis seni yang didirikan oleh seniman Ki. R.Tmg.Suwito Dipuro, S.Kar, Dosen Ki Drs. Nuryanto, M.Hum, dan praktisi Kristian Apriyanta, S.Pd dengan akta notaris No. 15 Tgl 28-09-2005, Ijin Operasional No.220/PKBM/13.08 tgl 31-01-2008 Nilem ; 33.1.14.4.1.0011, NPWP 02.514.106.0.525.000, mencoba menawarkan program pengenalan, pendalaman, pelatihan, dan apresiasi seni budaya Jawa dengan segala aspeknya (wayang Karawitan, Kethoprak, dan Tari) secara "live in" dan juga layanan pendidikan dan pemberdayaa masyarakat.

B. PROFIL INSTAGRAM @omahwayangklaten

Gambar 1.



Instagram memang jadi salah satu platform media sosial yang sedang populer dalam beberapa tahun. Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite (2023), Instagram memiliki lebih dari 13 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Menurut data yang sudah dikumpulkan pada Agustus 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 pengguna, yang setara dengan 311,6% dari total populasi di negara ini.

Dari banyaknya pengguna Instagram tersebut, setiap akun dibuat baik untu keperluan personal maupun kelompok/organisasi. Akun @omahwayangklaten sendiri dibuat untuk kepentingan organisasi.

Akun Instagram @omahwayangklaten terbentuk pada April 2015. Pada April 2015 akun tersebut digunakan secara pribadi oleh Pak Kristiyan

Apriyanta selaku Ketua di Sanggar Seni Omah Wayang Klaten. Pada unggahan yang peneliti dapatkan, awal akun Instagram terbentuk unggahan yang beliau unggah masih tidak tertata dan apa adanya.

Akun Instagram @omahwayangklaten bertujuan untuk memberikan informasi tentang kegiatan seni dan budaya, kelas sanggar, event yang terselenggara, dan informasi publik yang dilakukan oleh Sanggar Seni Omah Wayang. Semua informasi ini diinformasikan melalui akun tersebut. Selain mendorong digitalisasi, keputusan untuk menggunakan Instagram sebagai media penyebaran informasi didasarkan dengan tingginya angka pengguna platform media sosial Instagram. Hal ini merupakan langkah awal dari Omah Wayang Klaten dalam upaya meningkatkan akses publik terhadap seni dan budaya.

Sebenarnya, jika dilihat dari perbedaan akun Instagram @omahwayangklaten dengan akun Instagram komunitas seni tradisi lain yang ada di wilayah Klaten atau Jawa Tengah, akun @omahwayangklaten masih cenderung fokus pada pengemasan konten dalam format dokumentasi visual statis dibandingkan pendekatan audiovisual yang lebih dinamis. Sebagian besar unggahan berisi foto kegiatan sanggar, publikasi

jadwal latihan, dan poster acara. Hal ini berbeda dengan akun-akun komunitas seni yang sudah mulai memanfaatkan format video pendek, reels, atau siaran langsung untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Salah satu perbedaan utama adalah bahwa akun Instagram @omahwayangklaten bukan hanya berstatus sebagai akun komunitas budaya, tetapi juga menjadi media dokumentasi internal sanggar. Hal ini menyebabkan fleksibilitas dalam pengelolaan konten menjadi lebih terbatas. Misalnya, pengumuman jadwal pementasan atau workshop lebih sering diunggah dalam bentuk poster statis tanpa narasi yang memancing diskusi.

Dalam aspek kecepatan publikasi, akun @omahwayangklaten sering kali mengunggah dokumentasi acara beberapa hari setelah kegiatan selesai. Sementara akun komunitas seni lain berusaha mengunggah konten real-time melalui Instagram Stories atau live streaming agar audiens dapat merasakan kehadiran langsung dalam kegiatan tersebut. Kurangnya pemanfaatan fitur real-time ini menjadi salah satu faktor yang membuat akun @omahwayangklaten terlihat pasif dibandingkan akun pembanding.

Akun Instagram @omahwayangklaten pada dasarnya belum memanfaatkan

secara maksimal seluruh fitur yang telah disediakan oleh Instagram, seperti reels, story, siaran langsung (live), highlight, dan fitur interaktif lain. Berdasarkan hasil observasi selama tiga bulan terakhir, akun ini cenderung menggunakan feed sebagai saluran utama publikasi, dengan mayoritas unggahan berupa dokumentasi foto kegiatan dan poster pengumuman acara.

C. POTENSI AKUN @omahwayangklaten SEBAGAI RUANG INTERAKSI DAN EKSISTENSI

Akun Instagram @omahwayangklaten memiliki potensi besar sebagai ruang interaksi digital sekaligus sebagai sarana untuk memperkuat eksistensi Sanggar Seni Omah Wayang Klaten di tengah masyarakat digital. Tidak hanya berfokus pada seni pedalangan atau pewayangan, sanggar ini juga menyelenggarakan berbagai kegiatan seni dan pendidikan lain seperti tari tradisional, karawitan, pedalangan, program kejar paket pendidikan nonformal, pelatihan rias (make up), serta jasa sewa busana tradisional dan pentas. Dengan cakupan kegiatan yang begitu luas, akun Instagram seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai etalase digital yang menampilkan keragaman aktivitas sanggar.

Namun, berdasarkan temuan penelitian dan wawancara dengan

informan, pengelolaan akun masih kurang optimal. Fitur-fitur Instagram seperti reels, dan story interaktif belum digunakan secara maksimal. Pola unggahan juga tidak konsisten dan cenderung bersifat satu arah. Hal ini menyebabkan akun terlihat pasif dan kurang membangun hubungan yang dinamis dengan pengikutnya.

Padahal, jika dikelola dengan strategi komunikasi digital yang tepat seperti penggunaan kalender konten, segmentasi audiens, dan penekanan visual storytelling, akun ini dapat menjadi jembatan efektif untuk memperkenalkan seluruh potensi sanggar kepada masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi pengguna aktif Instagram. Kegiatan seperti pelatihan tari dan karawitan bisa ditampilkan melalui konten behind the scenes, highlight class, hingga testimonial. Begitu pula jasa sewa busana dan rias bisa dipromosikan secara visual dengan pendekatan kreatif yang lebih menarik dan interaktif.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram sebagai media dua arah, Sanggar Omah Wayang Klaten berpeluang besar untuk memperluas jangkauan audiens, membangun keterlibatan publik, serta memperkuat eksistensinya sebagai pusat kegiatan seni dan budaya yang inklusif dan berkelanjutan.

D. TEMUAN PENELITIAN

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah minimnya pemanfaatan fitur reels, padahal konten video berdurasi pendek memiliki potensi engagement yang jauh lebih tinggi dibandingkan foto statis. Data Instagram internal yang diperoleh dari pengelola akun menunjukkan bahwa rata-rata jangkauan unggahan reels komunitas seni lain bisa dua kali lipat lebih tinggi daripada postingan biasa. Namun, hingga periode pengumpulan data penelitian, akun @omahwayangklaten belum pernah mengunggah reels secara rutin.

Selain reels, fitur story juga belum dimanfaatkan secara optimal. Sebagian besar story hanya berupa unggahan ulang poster yang sama dengan feed, tanpa tambahan elemen interaktif seperti polling, tanya jawab, kuis, atau tautan ke postingan lain. Padahal, penggunaan story secara kreatif terbukti efektif dalam meningkatkan kedekatan dengan pengikut dan menjaga akun tetap muncul di linimasa audiens setiap hari.

Dalam hal interaksi audiens, akun ini relatif pasif dalam merespons komentar dan pesan langsung (DM). Berdasarkan interaksi komentar yang dianalisis peneliti, hanya sekitar 40% komentar pada 30 unggahan terakhir yang mendapat balasan dari pengelola akun.

Secara keseluruhan, akun

Instagram @omahwayangklaten masih berfungsi sebagai papan pengumuman digital daripada ruang interaksi budaya yang dinamis. Dengan perencanaan konten yang lebih strategis, pemanfaatan fitur reels dan story secara kreatif, serta peningkatan kapasitas pengelola dalam literasi digital dan komunikasi visual, akun ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan eksistensi seni tradisi dan menarik minat generasi muda.

E. ANALISIS DATA BERDASARKAN TEORI

Analisis data ini mengacu pada dimensi-dimensi dalam Social Media Engagement Theory (SMET), yaitu Interactivity, Reach, Timeliness, Personalization, dan Content Quality. Setiap dimensi digunakan untuk menginterpretasikan hasil observasi dan wawancara terhadap akun Instagram @omahwayangklaten.

a. *Interactivity* (Interaktivitas).

Berdasarkan hasil observasi, tingkat interaktivitas akun @omahwayangklaten tergolong rendah. Wawancara dengan pengelola akun mengungkap bahwa keterbatasan waktu dan sumber daya manusia menjadi

alasan kurangnya respons terhadap interaksi audiens. Menurut SMET, rendahnya interaktivitas dapat mengurangi keterikatan emosional audiens terhadap akun, yang berimbas pada penurunan engagement secara keseluruhan.

- b. **Reach (Jangkauan).** Data insight yang diperoleh menunjukkan bahwa jangkauan akun masih terbatas pada audiens lokal di sekitar Klaten. Konten jarang menembus audiens di luar komunitas inti, dan keterlibatan akun dengan komunitas seni lain masih minim.
- c. **Timeliness (Ketepatan Waktu).** Frekuensi unggahan cenderung tidak konsisten. Beberapa bulan akun aktif mengunggah beberapa kali dalam seminggu, namun di bulan lain tidak ada unggahan sama sekali. Selain itu, konten jarang mengikuti tren atau momen tertentu yang sedang ramai di media sosial.
- d. **Personalization (Personalisasi).** Konten yang diunggah masih bersifat umum dan formal, sehingga belum sepenuhnya menyesuaikan

minat generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna Instagram. Gaya bahasa cenderung informatif tetapi kurang membangun kedekatan emosional.

- e. **Content Quality (Kualitas Konten).** Secara visual, sebagian konten sudah menggunakan foto dan desain yang menarik, namun konsistensi warna, tipografi, dan format masih belum terjaga. Beberapa unggahan terlihat berbeda dari segi gaya visual, sehingga identitas merek tidak terlihat kuat.

Analisis ini menggunakan kerangka *Social Media Engagement Theory* (SMET) yang memfokuskan pada lima dimensi utama: *Interactivity*, *Reach*, *Timeliness*, *Personalization*, dan *Content Quality*. Hasil temuan lapangan kemudian dibandingkan dengan teori untuk mengidentifikasi kesenjangan dan memberikan rekomendasi perbaikan strategi komunikasi digital pada akun Instagram @omahwayangklaten.

F. IMPLIKASI TEMUAN PENELITIAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital Sanggar Seni Omah Wayang Klaten melalui Instagram masih memiliki kelemahan signifikan pada lima dimensi engagement

menurut Social Media Engagement Theory (SMET). Kelemahan tersebut memiliki implikasi langsung terhadap efektivitas publikasi, citra digital, dan kemampuan sanggar dalam menjangkau audiens generasi muda yang menjadi target utama.

- a. **Interaktivitas** yang Rendah. Implikasi strategis: Sanggar perlu mengubah pola komunikasi dari sekadar penyampaian informasi menjadi percakapan interaktif, misalnya dengan membalas komentar secara konsisten, menggunakan fitur *polling*, *Q\&A*, atau *live streaming* agar audiens merasa dihargai dan dilibatkan.
- b. **Jangkauan (Reach)** yang Terbatas. Implikasi strategis: Perlu penerapan strategi optimasi algoritma Instagram, seperti penggunaan hashtag relevan, kolaborasi dengan kreator atau komunitas lain, dan pemanfaatan Reels serta konten tren agar sanggar mampu menembus audiens baru.
- c. **Ketepatan Waktu (Timeliness)** yang Lemah. Implikasi strategis: Dibutuhkan perencanaan kalender konten yang jelas dan disiplin waktu unggah agar publikasi informasi

selalu tepat sasaran, relevan, dan memiliki waktu cukup untuk menjangkau audiens.

- d. **Personalisasi** yang Kurang.

Implikasi strategis: Perlu membangun storytelling yang menampilkan sisi humanis, seperti kisah anggota sanggar, proses kreatif, atau cerita di balik panggung. Pendekatan ini akan membangun kedekatan emosional dan meningkatkan loyalitas audiens.

- e. **Kualitas Konten** yang Tidak Konsisten. Implikasi strategis: Diperlukan peningkatan keterampilan pengelolaan konten, termasuk fotografi, videografi, desain grafis, dan penulisan caption. Konsistensi kualitas akan meningkatkan daya tarik konten dan memperkuat brand image sanggar di mata publik.

Secara keseluruhan, kelima dimensi engagement yang belum optimal ini memiliki efek domino terhadap keberhasilan publikasi dan komunikasi sanggar di Instagram. Rendahnya interaktivitas dan personalisasi membuat audiens kurang terlibat, sementara jangkauan terbatas dan ketidaktepatan waktu mempersempit peluang

pertumbuhan komunitas. Kualitas konten yang tidak konsisten memperparah situasi dengan menurunkan citra profesional.

Jika tidak segera diatasi, kelemahan-kelemahan ini dapat membuat akun @omahwayangklaten semakin tenggelam di tengah kompetisi konten yang padat, sehingga tujuan publikasi dan pelestarian kesenian melalui media sosial tidak tercapai secara optimal. Namun, dengan strategi terintegrasi yang berfokus pada lima dimensi SMET, sanggar memiliki peluang besar untuk memperkuat posisi digitalnya, menjangkau *audiens* lebih luas, dan membangun keterlibatan yang bermakna.

G. REKOMENDASI SEMENTARA BERDASARKAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil observasi dan analisis lima dimensi engagement (Interaktivitas, Reach, Timeliness, Personalisasi, dan Content Quality) berikut langkah-langkah prioritas yang direkomendasikan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi digital:

- a. Meningkatkan Interaktivitas
- b. Memperluas Jangkauan (*Reach*)
- c. Meningkatkan

Ketepatan Waktu
(*Timeliness*)

- d. Memperkuat Personalisasi
- e. Meningkatkan Kualitas Konten (*Content Quality*)

Rekomendasi ini bersifat sementara dan dapat dikembangkan lebih lanjut setelah adanya evaluasi berkala dari penerapan strategi

baru. Perubahan harus dilakukan bertahap untuk menyesuaikan sumber daya manusia dan peralatan yang ada di sanggar.

H. HASIL OBSERVASI LAPANGAN

Berdasarkan pengamatan langsung pada akun Instagram @omahwayangklatennselama periode penelitian, ditemukan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan masih menghadapi berbagai kendala pada hampir semua dimensi SMET. Meskipun akun ini menjadi salah satu kanal resmi sanggar, pola pengelolaan dan interaksinya belum sepenuhnya memanfaatkan potensi maksimal Instagram sebagai media publikasi dan komunikasi.

a. Interaktivitas

Hasil observasi menunjukkan bahwa interaktivitas akun masih berada pada tingkat rendah hingga sedang. Pada mayoritas unggahan, komentar yang muncul bersifat pasif misalnya emotikon atau kata-kata singkat tanpa adanya upaya dari admin untuk melanjutkan percakapan atau membangun diskusi. Fitur-fitur interaktif seperti polling, question box, atau quiz di Instagram Story jarang digunakan, padahal dapat meningkatkan kedekatan dengan audiens, terutama generasi muda.

Bahkan ketika akun ditandai (mention) oleh pengguna lain, tidak semua unggahan tersebut dibagikan ulang di Story. Praktik ini berpotensi melemahkan engagement loop, di mana audiens yang sudah berinisiatif berinteraksi justru tidak mendapatkan timbal balik yang mendorong mereka untuk kembali terlibat. Dalam konteks SMET, hal ini

mengindikasikan bahwa komunikasi dua arah belum berjalan optimal.

b. Reach (Jangkauan)

Dari sisi jangkauan, akun ini cenderung masih terfokus pada audiens lokal, dengan sedikit penetrasi ke luar wilayah Klaten. Berdasarkan tangkapan layar *insight* yang diperoleh selama penelitian, sebagian besar pemirsa konten berasal dari daerah sekitar dan masih berada di lingkaran komunitas yang sama. Pemanfaatan hashtag terlihat kurang bervariasi dan belum mengikuti tren topik yang relevan di tingkat regional maupun nasional.

Selain itu, keterlibatan akun pihak ketiga untuk membagikan ulang konten juga minim, sehingga potensi penyebaran organik (*organic reach*) sangat terbatas. Akibatnya, meskipun ada konten yang memiliki nilai seni tinggi, pesan yang ingin disampaikan sanggar tidak menjangkau

khalayak yang lebih luas.

**c. *Timeliness*
(Konsistensi &
Kecepatan)**

Konsistensi publikasi konten belum terjaga dengan baik.

Dalam periode observasi, ditemukan adanya jeda unggahan yang cukup panjang, bahkan hingga lebih dari satu minggu. Pola ini membuat audiens sulit memprediksi kapan akan ada pembaruan informasi.

Dari sisi responsivitas, balasan terhadap komentar atau pesan langsung (DM) terkadang membutuhkan waktu lebih dari satu hari. Dalam ekosistem media sosial yang dinamis, keterlambatan ini dapat membuat peluang interaksi hilang, sekaligus menurunkan minat audiens untuk terlibat lebih lanjut. Dalam perspektif SMET, lemahnya dimensi *timeliness* dapat berdampak langsung pada keberlanjutan engagement.

d. Personalisasi

Konten yang diunggah masih bersifat informatif umum, tanpa sentuhan personal yang kuat. Cerita di balik kegiatan sanggar, profil anggota, atau kisah kreatif di balik pementasan jarang diangkat secara mendalam. Padahal, personalisasi dapat menciptakan keterikatan emosional antara audiens dan sanggar.

Misalnya, menampilkan tokoh dalang muda atau penari berprestasi beserta perjalanan mereka dapat membuat audiens, khususnya generasi muda, merasa lebih dekat dan terinspirasi. Saat ini, akun cenderung tampil sebagai papan informasi, bukan ruang komunikasi yang hangat dan mengundang partisipasi emosional.

e. *Content Quality*

Secara visual, kualitas konten bervariasi. Beberapa unggahan memiliki pencahayaan kurang memadai, komposisi sederhana, dan desain grafis yang

belum mengikuti tren visual terkini di Instagram. Format konten juga cenderung monoton lebih banyak foto tunggal dibandingkan reels, carousel, atau IGTV yang biasanya memiliki performa lebih tinggi di algoritma Instagram. ada saat ini.

Dari segi teks, caption umumnya singkat dan hanya berisi informasi inti, tanpa teknik storytelling yang dapat memancing rasa ingin tahu audiens. Hal ini membuat konten cepat dilewati (scroll pass) di tengah arus informasi yang padat di feed pengguna.

Berdasarkan kelima dimensi tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh @omahwayangklaten belum memaksimalkan potensi Instagram sebagai media publikasi dan komunikasi interaktif. Interaktivitas rendah, jangkauan terbatas, konsistensi unggahan tidak terjaga, minimnya personalisasi, serta kualitas konten yang bervariasi menjadi hambatan utama yang perlu diatasi.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan publikasi sanggar yakni menjangkau dan menarik minat generasi muda dengan realitas pengelolaan media sosial yang

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Sanggar Seni Omah Wayang Klaten melalui akun Instagram @omahwayangklaten dengan menggunakan kerangka *Social Media Engagement Theory (SMET)*. Teori ini memandang keberhasilan komunikasi digital dari lima dimensi utama: interaktivitas, jangkauan (*reach*), ketepatan waktu (*timelessness*), personalisasi, dan kualitas konten (*content quality*).

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang dianalisis secara triangulatif, diperoleh kesimpulan berikut:

Interaktivitas

Tingkat keterlibatan audiens dalam akun @omahwayangklaten tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan oleh jaranganya komentar dibalas, rendahnya respon terhadap pesan langsung (DM), dan minimnya penggunaan fitur interaktif seperti *polling*, *quiz*, atau sesi tanya jawab di Instagram *Stori*. Audiens tidak merasakan adanya komunikasi dua arah yang intens, sehingga engagement rate rendah. Penyebab utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang mengelola akun, yang juga harus membagi waktu dengan kegiatan offline sanggar.

Reach (Jangkauan)

Jangkauan konten masih jauh dari potensi maksimal. Data insight menunjukkan rata-rata capaian unggahan hanya 200–300 akun dari total >1.500 pengikut. Faktor pembatas

strategi optimasi *hashtag* dan *geo-tag*,

serta belum memanfaatkan kolaborasi lintas komunitas atau promosi berbayar (*Instagram Ads*). Hal ini menunjukkan kurangnya perencanaan distribusi konten untuk menjangkau audiens baru.

Timelessness (Ketepatan Waktu)

Publikasi konten sering mengalami keterlambatan, terutama untuk kegiatan berskala besar. Dokumentasi acara sering diunggah 2–3 hari setelah kegiatan berakhir, sehingga kehilangan momentum keterlibatan audiens. Dalam ekosistem media sosial yang serba cepat, keterlambatan publikasi ini menurunkan relevansi dan daya tarik informasi, terutama bagi generasi muda yang mengharapkan pembaruan real-time. Penyebabnya adalah proses editing yang memakan waktu, prioritas kerja admin, dan belum adanya sistem penjadwalan konten yang terstruktur.

Personalisasi

Konten cenderung formal, informatif, dan lebih berorientasi pada dokumentasi kegiatan. Jarang ada unggahan yang menampilkan kisah personal anggota sanggar, cerita proses kreatif, atau interaksi santai yang dapat membangun kedekatan emosional dengan audiens. Padahal, personalisasi sangat penting untuk membangun emotional bonding dan loyalitas audiens. Minimnya personalisasi disebabkan kekhawatiran pengelola untuk keluar dari gaya konten formal, serta keterbatasan kreativitas dalam storytelling.

Content Quality (Kualitas Konten)

rendah, pencahayaan yang kurang baik, dan komposisi yang kurang menarik. Desain grafis sederhana dan minim variasi format membuat konten sulit bersaing di tengah banjir informasi media sosial. Keterbatasan perangkat, kurangnya keterampilan teknis pengelolaan visual, serta belum adanya standar kualitas konten menjadi hambatan utama.

Secara keseluruhan, potensi Instagram sebagai media publikasi seni tradisional di @omahwayangklaten belum dimanfaatkan secara optimal. Hambatan teknis, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya strategi perencanaan, dan minimnya adaptasi terhadap tren digital menjadi faktor yang menghambat efektivitas komunikasi digital sanggar.

DAFTAR PUSTAKA

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Di Gangi, P. M., & Wasko, M. M. (n.d.). *Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage*. IRMA International. Diakses dari IRMA International database

Ficardo, M. R. (2025). *Strategi komunikasi MRF media melalui Instagram* (Skripsi, Universitas

Hardiansyah, A. (2023). *Strategi*

pengelolaan Instagram Humas Pemerintah sebagai media informasi tentang Kabupaten Sumedang: Studi kasus akun Instagram @humassumedang (Skripsi,

Universitas Sangga Buana YPKP, Bandung). Repository Universitas Sangga Buana YPKP.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. We Are Social & Hootsuite.

Lester, P. M. (2013). *Visual Communication: Images with Messages*. Wadsworth.

McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.

Nugroho, A., & Sari, D. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Menarik Minat Generasi Muda terhadap Seni Tradisional. *Jurnal Seni & Budaya Digital*, 6(1), 30-42.

Omah Wayang Klaten. (n.d.). Pusat pembelajaran budaya Jawa. Diakses pada 12 Maret 2025.

Omah Wayang Klaten. (n.d.). Profil dan informasi sejarah Omah Wayang

Omah Wayang Klaten. (n.d.). Akun Instagram resmi. Diakses pada 12 Maret 2025.

Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi digital melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88-94.

Rahmawati, L., et al. (2022). Strategi Digitalisasi Seni Tradisional: Dampak Instagram terhadap Promosi Budaya. *Jurnal Media dan Budaya Digital*, 7(3), 112-130.

Setiawan, R., & Pradipta, H. (2021). Seni dalam Era Digital: Studi Kasus Pemanfaatan Instagram oleh Komunitas Seni. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 45-58.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.

Wirayudha, M. H. (2024). Optimalisasi pemanfaatan media sosial Instagram @humaskabklaten sebagai media penyebaran informasi di Kabupaten Klaten (Skripsi, Institut Pemerintahan Dalam Negeri). e-Prints IPDN