

Implementasi Teknik Produksi dan Pengelolaan Konten Instagram Reels dalam Penyampaian Informasi PT TASPEN KC Bogor

Maudyandra Chairunnisa¹, Alfa Taufan Latif², Fikry Fachrurrizal³

¹Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

²Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

³Sekolah Vokasi, IPB University, Indonesia

E-mail: maudychairunnisa@apps.ipb.ac.id¹, taufan.alfa@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 08 Mei 2026

Revised: 22 Juni 2026

Accepted: 08 Juli 2026

Keywords: *Instagram Reels, Produksi Konten, Pengelolaan Konten, Informasi Pelayanan, Komunikasi Digital.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi teknik produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels dalam penyampaian informasi pelayanan di PT TASPEN KC Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif selama kegiatan magang, wawancara mendalam dengan staf Human Capital dan General Affairs yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial, serta dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi konten Instagram Reels dilakukan melalui tahap perencanaan, pembuatan konten, dan editing yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi audiens. Selain itu, pengelolaan konten dilakukan melalui penjadwalan, publikasi, dan evaluasi secara berkala untuk menjaga efektivitas penyampaian informasi. Penggunaan Instagram Reels dinilai mampu menyajikan informasi pelayanan dengan lebih menarik, interaktif, dan mudah dipahami oleh audiens. Namun, masih terdapat kendala dalam pengelolaan konten, seperti keterbatasan sumber daya manusia serta kebutuhan untuk mengikuti tren konten digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, produksi dan pengelolaan konten yang terstruktur dapat mendukung komunikasi digital yang lebih efektif pada institusi pelayanan publik.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara lembaga publik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana publikasi, tetapi juga menjadi bagian dari komunikasi digital yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah Instagram karena memiliki kekuatan visual yang mampu menyampaikan pesan secara lebih menarik dan ringkas. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi digital lembaga publik (Kapoor et al., 2021). Pada lembaga publik seperti PT TASPEN KC Bogor, penyampaian informasi pelayanan menjadi

hal yang penting karena berkaitan langsung dengan kebutuhan peserta, khususnya Aparatur Sipil Negara (ASN) dan pensiunan. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens. Salah satu fitur yang saat ini banyak digunakan adalah Instagram Reels yang memungkinkan penyampaian informasi dalam bentuk video pendek yang lebih dinamis, menarik, dan mudah dipahami.

Dalam komunikasi digital, penyampaian pesan melalui konten visual tidak hanya bergantung pada informasi yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas secara menarik dan autentik. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan naratif yang autentik dalam konten digital mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Latif et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa aspek keaslian dan kedekatan emosional menjadi faktor penting dalam membangun efektivitas komunikasi di media sosial. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya konten visual dan video pendek, memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital. Penelitian oleh Kapoor et al. (2021) menjelaskan bahwa perkembangan media sosial mendorong penggunaan konten visual sebagai bentuk komunikasi yang dominan. Selain itu, Ismail (2021) menyatakan bahwa proses produksi dan pengelolaan konten menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyampaian pesan di media sosial. Penelitian lain oleh Maharani dan Ardhanariswar (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan Instagram Reels dapat meningkatkan daya tarik konten karena lebih interaktif dan mudah dikonsumsi oleh audiens.

Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih banyak berfokus pada strategi optimalisasi konten dan peningkatan engagement. Pembahasan mengenai proses teknis produksi dan pengelolaan konten dalam praktik sehari-hari masih belum banyak dikaji secara mendalam, khususnya pada lembaga publik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada implementasi teknik produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels dalam penyampaian informasi pelayanan di PT TASPEN KC Bogor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai proses operasional dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital sebagai bagian dari komunikasi lembaga publik.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels dalam penyampaian informasi pelayanan di PT TASPEN KC Bogor?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels di PT TASPEN KC Bogor?

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis implementasi produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels dalam penyampaian informasi pelayanan di PT TASPEN KC Bogor.
2. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels di PT TASPEN KC Bogor.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian mencakup beberapa bagian seperti dijelaskan di bawah ini:

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses produksi dan pengelolaan konten visual berbasis Instagram Reels dalam konteks nyata di lingkungan

lembaga publik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi terkait aktivitas, proses kerja, serta pengalaman yang terjadi selama kegiatan produksi konten berlangsung. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis tahapan produksi konten, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga publikasi, serta bagaimana konten tersebut dikelola sebagai media penyampaian informasi pelayanan. Penelitian ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada pemahaman proses yang terjadi di lapangan. Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan fokus pada satu objek penelitian yaitu akun Instagram PT TASPEN KC Bogor. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena secara lebih mendalam dalam konteks yang spesifik.

B. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi dan Partisipasi Aktif

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung serta terlibat dalam kegiatan produksi dan pengelolaan konten Instagram PT TASPEN KC Bogor selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Partisipasi aktif dilakukan dalam berbagai tahapan, mulai dari brainstorming ide konten, pengambilan video (take content), proses editing, hingga publikasi konten. Keterlibatan ini memungkinkan peneliti 5 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA memperoleh data primer yang lebih mendalam terkait alur kerja dan dinamika produksi konten digital.

2. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara dilakukan secara langsung dengan staf Human Capital and General Affairs yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial PT TASPEN KC Bogor. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi terkait proses produksi konten, pengelolaan konten, serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan komunikasi digital.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi seperti jurnal ilmiah, buku, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung landasan teori serta memperkuat analisis penelitian.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT TASPEN Kantor Cabang Bogor. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan pengelolaan media sosial selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Waktu penelitian dilakukan selama periode PKL berlangsung, di mana peneliti mengikuti berbagai aktivitas produksi konten, baik di lingkungan kantor maupun saat kegiatan sosialisasi di lapangan, seperti di wilayah Kota Bogor, Kabupaten Bogor, hingga Sukabumi. Hal ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih komprehensif terkait proses produksi dan pengelolaan konten.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah pihak yang memiliki keterlibatan langsung dalam produksi dan pengelolaan konten media sosial PT TASPEN KC Bogor. Informan utama dalam penelitian ini adalah staf Human Capital and General Affairs yang bertanggung jawab 6 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA dalam pengelolaan media sosial, sehingga memiliki pemahaman terkait proses perencanaan,

produksi, hingga publikasi konten digital.

E. Instrumen Penelitian

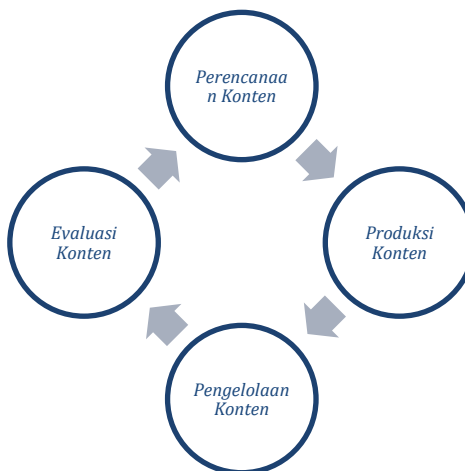
Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara semi terstruktur dan lembar observasi. Pedoman wawancara disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian agar data yang diperoleh tetap terarah namun fleksibel. Lembar observasi digunakan untuk mencatat aktivitas produksi dan pengelolaan konten, mulai dari tahap brainstorming, pengambilan konten, editing, hingga publikasi. Instrumen ini membantu peneliti dalam mengumpulkan data secara sistematis dan mendalam.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis serta memastikan konsistensi dan validitas temuan penelitian.

G. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis proses produksi dan pengelolaan konten visual berbasis Instagram Reels pada PT TASPEN KC Bogor sebagai media penyampaian informasi pelayanan. Fokus penelitian mencakup tahapan produksi konten, pengelolaan konten, serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini tidak mencakup analisis kuantitatif seperti pengukuran tingkat engagement audiens maupun perbandingan dengan akun media sosial kantor cabang lainnya, sehingga penelitian lebih terfokus pada aspek kualitatif dan operasional.



Gambar 1. Diagram Alur Produksi dan Pengelolaan Konten Instagram Reels

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Produksi Konten Visual Berbasis Instagram Reels

Produksi konten visual berbasis Instagram Reels di PT TASPEN KC Bogor dilakukan melalui

alur kerja yang terstruktur, mulai dari tahap perencanaan hingga publikasi. Konten yang diproduksi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dikemas dengan pendekatan yang lebih ringan dan komunikatif, seperti konten jenaka yang tetap memuat informasi terkait layanan TASPEN. Pendekatan ini dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik media sosial yang mengutamakan visual yang menarik serta kemudahan dalam menerima informasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi digital lembaga publik (Kapoor et al., 2021). Selain itu, aspek kreativitas dalam produksi konten visual juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Kreativitas dalam pengemasan visual, seperti pemilihan sudut pengambilan gambar, komposisi, serta alur visual yang runtut, dapat meningkatkan kualitas konten serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens (Fahrurrizal et al., 2025). Hal ini sejalan dengan praktik produksi konten Instagram Reels di PT TASPEN KC Bogor yang menekankan pada penyajian visual yang komunikatif dan mudah dipahami.

Tahap awal dalam proses produksi adalah brainstorming ide konten. Pada tahap ini, tim pengelola media sosial menentukan konsep konten yang akan dibuat berdasarkan kebutuhan informasi pelayanan serta tren konten yang sedang berkembang. Ide yang dihasilkan diarahkan agar tetap relevan dengan kegiatan lembaga sekaligus mampu menarik perhatian audiens. Tahap selanjutnya adalah proses pengambilan konten, baik berupa foto maupun video. Proses ini tidak hanya dilakukan di lingkungan kantor, tetapi juga secara langsung di lapangan saat kegiatan sosialisasi berlangsung. PT TASPEN KC Bogor secara rutin melaksanakan kegiatan sosialisasi di berbagai wilayah seperti Kota Bogor, Kabupaten Bogor, hingga Sukabumi. Dokumentasi kegiatan tersebut menjadi sumber utama dalam pembuatan konten sehingga informasi yang disampaikan lebih relevan dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Setelah proses pengambilan konten selesai, tahap berikutnya adalah editing. Editing dilakukan dengan menyusun potongan video, menambahkan teks, audio, serta elemen visual lainnya agar konten lebih menarik dan mudah dipahami. Pada tahap ini juga dilakukan penyesuaian durasi dan format agar sesuai dengan karakteristik Instagram Reels yang mengutamakan video singkat dan dinamis. Tahap akhir adalah finalisasi dan revisi. Konten yang telah diedit akan ditinjau kembali untuk memastikan kesesuaian informasi dan kualitas visual. Jika diperlukan, dilakukan revisi sebelum konten dipublikasikan melalui akun Instagram resmi PT TASPEN KC Bogor.

B. Pengelolaan Konten dalam Penyampaian Informasi Pelayanan

Pengelolaan konten di PT TASPEN KC Bogor dilakukan melalui penjadwalan unggahan, penyesuaian jenis konten, serta evaluasi terhadap konten yang telah dipublikasikan. Konten yang diproduksi tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi formal, tetapi juga dikemas dengan pendekatan yang lebih ringan agar mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan konten jenaka menjadi salah satu strategi untuk menarik perhatian audiens tanpa mengurangi substansi informasi pelayanan yang ingin disampaikan. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi digital yang menekankan pentingnya penyampaian pesan yang relevan dan menarik agar dapat diterima dengan baik oleh audiens (Ismail, 2021).

Pengelolaan konten juga sangat dipengaruhi oleh aktivitas lapangan yang dilakukan oleh PT TASPEN KC Bogor. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan di berbagai wilayah menjadi sumber utama dalam produksi konten sehingga konten yang dihasilkan bersifat aktual dan sesuai dengan kegiatan lembaga. Selain itu, variasi format konten seperti video Reels memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi secara singkat dan efektif. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa konsistensi dan kualitas konten berpengaruh terhadap tingkat keterlibatan

audiens di media sosial (Kusuma Sondjaja, 2021; Rachmawati & Wijaya, 2023).

C. Pemanfaatan Instagram Reels Sebagai Media Informasi

Instagram Reels dimanfaatkan sebagai salah satu media utama dalam penyampaian informasi pelayanan di PT TASPEN KC Bogor. Karakteristik Reels yang berbentuk video pendek memungkinkan penyampaian informasi secara lebih dinamis, interaktif, dan mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan Reels memberikan keuntungan dalam meningkatkan efektivitas penyampaian informasi karena format video cenderung lebih mudah menarik perhatian dibandingkan konten statis.

Selain itu, penyajian konten dalam bentuk visual dan audio secara bersamaan membantu audiens memahami informasi dengan lebih cepat. Hal ini sejalan dengan penelitian Maharani dan Ardhanariswar (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan Instagram Reels dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap konten digital. Format video pendek dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian audiens karena mampu menggabungkan unsur visual dan audio secara bersamaan (Appel et al., 2020; Dwivedi et al., 2021).

Pada praktiknya, konten Reels yang diproduksi di PT TASPEN KC Bogor sering dikombinasikan dengan pendekatan yang lebih santai dan komunikatif, seperti penggunaan narasi ringan atau unsur humor. Pendekatan tersebut dilakukan agar informasi yang disampaikan tidak terkesan kaku sehingga lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan audiens. Pendekatan ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi pelayanan melalui media sosial memerlukan strategi komunikasi yang adaptif terhadap karakteristik audiens digital.

D. Kendala dalam Produksi dan Pengelolaan Konten

Dalam pelaksanaan produksi dan pengelolaan konten, terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola seluruh proses produksi konten, mulai dari tahap perencanaan hingga publikasi. Selain itu, tuntutan untuk mengikuti tren konten yang terus berkembang di media sosial juga menjadi tantangan tersendiri. Tim pengelola konten perlu menyesuaikan konsep dan gaya penyajian agar tetap relevan dengan perkembangan tren tanpa mengabaikan identitas lembaga.

Kendala lainnya berkaitan dengan proses produksi di lapangan. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan di berbagai lokasi sering kali memiliki keterbatasan waktu dan kondisi sehingga proses pengambilan konten tidak selalu dapat dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada kualitas visual konten serta efektivitas waktu produksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses produksi dan pengelolaan konten Instagram Reels di PT TASPEN KC Bogor dilaksanakan melalui tahapan yang sistematis dan berkelanjutan. Proses tersebut dimulai dari tahap perencanaan ide (*brainstorming*), pengambilan konten, editing, hingga tahap finalisasi dan publikasi konten melalui media sosial Instagram. Setiap tahapan dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan informasi pelayanan serta karakteristik audiens media sosial agar informasi dapat disampaikan secara lebih efektif dan mudah dipahami.

Dalam pelaksanaannya, Instagram Reels dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital yang mampu menyampaikan informasi pelayanan secara lebih menarik, komunikatif, dan interaktif melalui kombinasi visual dan audio. Penggunaan pendekatan yang lebih ringan, seperti unsur humor dan narasi yang komunikatif, menunjukkan adanya adaptasi strategi komunikasi terhadap

karakteristik audiens digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan konten digital yang terstruktur memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas komunikasi lembaga publik. Namun, proses produksi dan pengelolaan konten masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, tuntutan untuk mengikuti perkembangan tren media sosial, serta keterbatasan waktu dan kondisi saat proses produksi di lapangan berlangsung. Kendala tersebut memengaruhi efektivitas proses produksi maupun kualitas konten yang dihasilkan. Berdasarkan hasil penelitian ini, PT TASPEN KC Bogor disarankan untuk meningkatkan pengelolaan media sosial melalui perencanaan konten yang lebih terstruktur, penguatan sumber daya manusia, serta pengembangan kreativitas dalam produksi konten digital agar penyampaian informasi pelayanan dapat dilakukan secara lebih optimal. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji efektivitas penggunaan Instagram Reels melalui pendekatan kuantitatif, seperti analisis engagement audiens dan performa konten digital.

DAFTAR REFERENSI

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168.
- Fahrurrizal, M., Prasetyo, A., & Ramadhan, F. (2025). Kreativitas visual dalam produksi konten digital pada media sosial Instagram. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 45–56.
- Ismail, A. (2021). Strategi produksi dan pengelolaan konten media sosial dalam komunikasi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 120–132.
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2021). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 23(3), 531–558.
- Kusuma Sondjaja, P. (2021). Pengaruh kualitas konten media sosial terhadap keterlibatan audiens digital. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(2), 88–97.
- Latif, M., Hidayat, R., & Pramesti, N. (2025). Pendekatan naratif autentik dalam membangun kepercayaan audiens pada konten digital. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(1), 22–34.
- Maharani, D., & Ardhanariswar, R. (2024). Pemanfaatan Instagram Reels sebagai media komunikasi digital pada generasi muda. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 6(1), 15–27.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Rachmawati, D., & Wijaya, T. (2023). Konsistensi konten media sosial dan pengaruhnya terhadap engagement audiens. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 101–110.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.