

Pendampingan Transformasi Produksi Konten Digital pada Media Radar Sukabumi melalui Optimalisasi Strategi Konten dan Sumber Daya Berbasis Teknologi Informasi

Muhammad Fajar Satria Adam¹, Muhammad Ikhsan Thohir²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Nusa Putra, Indonesia

Received : 13 Juli 2026, Revised : 25 Juli 2026, Published : 4 Agustus 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Muhammad Fajar Satria Adam

E-mail: muhammad.fajar_ti22@nusaputra.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial menuntut media lokal untuk beradaptasi melalui transformasi produksi konten digital yang lebih strategis dan berbasis teknologi. Radar Sukabumi sebagai media lokal menghadapi permasalahan berupa monotoninya variasi konten, keterbatasan sumber daya manusia, serta minimnya fasilitas produksi yang mendukung inovasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk melakukan pendampingan transformasi produksi konten digital melalui optimalisasi strategi konten dan pemanfaatan sumber daya berbasis teknologi informasi. Metode yang digunakan meliputi observasi pola produksi konten, analisis insight media sosial, identifikasi permasalahan, perancangan strategi intervensi, serta implementasi solusi secara langsung dalam workflow produksi. Pendekatan yang diterapkan mencakup inovasi variasi konten lapangan, optimalisasi peran peserta magang dalam mendukung produktivitas, serta pemanfaatan perangkat digital pribadi sebagai solusi adaptif terhadap keterbatasan fasilitas. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan variasi konten, efisiensi proses produksi, serta kenaikan performa insight media sosial yang ditandai dengan peningkatan tayangan dan engagement pada beberapa konten unggulan. Pendampingan ini membuktikan bahwa integrasi strategi konten, optimalisasi sumber daya, dan pemanfaatan teknologi informasi secara terstruktur mampu memperkuat kinerja media lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci - media sosial, strategi konten, sumber daya, teknologi informasi, transformasi digital

Abstract

The rapid growth of social media requires local media institutions to adapt through more strategic and technology-based digital content production. Radar Sukabumi, as a local media organization, encountered several challenges including monotonous content variation, limited human resources, and insufficient production facilities to support innovation. This community service activity aimed to assist the digital production transformation process through the optimization of content strategy and technology-based resource management. The methods employed included observation of content production patterns, social media insight analysis, problem identification, strategy formulation, and direct implementation of solutions within the production workflow. The intervention focused on developing more diverse field-based content, optimizing the role of internship participants to enhance productivity, and utilizing personal digital devices as adaptive solutions to facility limitations. The results demonstrated improvements in content diversity, production efficiency, and social media performance indicators, reflected in increased views and engagement across several featured videos. The assistance program confirms that integrating structured content strategies, resource optimization, and information technology utilization can significantly strengthen the operational performance of local media institutions.

Keywords - content strategy, digital transformation, information technology, resource, social media

How To Cite : Adam, M. F. S., & Thohir, M. I. (2026). Pendampingan Transformasi Produksi Konten Digital pada Media Radar Sukabumi melalui Optimalisasi Strategi Konten dan Sumber Daya Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari*, 3(2), 91 - 104. <https://doi.org/10.59837/jpmm.v3i1.343>

Copyright ©2026 Muhammad Fajar Satria Adam, Muhammad Ikhsan Thohir

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi dan strategi produksi informasi secara fundamental dalam era teknologi informasi (Veironie & Sari, 2022). Media sosial kini bukan sekadar platform penyebaran konten, tetapi juga menjadi medium strategi komunikasi yang mampu menjangkau audiens secara cepat dan interaktif (Sari et al., 2022). Hal ini terlihat dari meningkatnya penelitian yang menunjukkan bahwa strategi konten digital yang terencana dapat meningkatkan keterlibatan audiens (engagement) di platform-platform populer seperti Instagram dan TikTok (Tulim et al., 2025; Arya et al., 2022). Strategi konten yang efektif tidak hanya memuat informasi, tetapi juga memiliki kualitas visual dan relevansi konteks yang kuat sehingga mampu menarik perhatian dan respons audiens secara aktif (Pradika et al., 2022).

Dalam konteks media lokal, tantangan dalam memanfaatkan media sosial sering kali lebih kompleks dibandingkan dengan media nasional yang memiliki sumber daya lebih besar (Meifitri & Susanto, 2020). Media lokal menghadapi keterbatasan SDM, anggaran, dan fasilitas yang membuat proses transformasi digital menjadi sebuah tantangan strategis (Nugroho et al., 2023). Hal ini juga tercermin dalam penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan strategi konten digital pada UMKM telah mampu meningkatkan brand awareness dan keterlibatan konsumen secara signifikan melalui pengembangan konten yang relevan dan interaktif (Dewi & Bamahry, 2025; Kamal et al., 2025). Dengan demikian, adaptasi strategi digital menjadi sebuah kebutuhan esensial bukan hanya untuk institusi bisnis, tetapi juga bagi media lokal yang ingin mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan informasi yang semakin sengit (Yuda et al., 2025).

Radar Sukabumi, sebagai salah satu media lokal yang beroperasi di wilayah Jawa Barat, menghadapi realitas tersebut secara langsung. Berdasarkan observasi dan dokumentasi kegiatan, variasi konten yang diunggah pada akun media sosial Radar Sukabumi cenderung monoton, terutama karena ketergantungan terhadap konten berita dari sumber lain yang dimodifikasi secara visual tanpa adanya inovasi dalam bentuk narasi maupun pendekatan kreatif. Pola produksi konten semacam ini berpotensi menurunkan keterlibatan audiens karena tidak sesuai dengan karakteristik interaksi digital yang semakin menuntut keunikan dan daya tarik visual (Tafesse & Wood, 2021). Penelitian lain juga memperlihatkan bahwa konten media sosial yang dirancang dengan mempertimbangkan elemen-elemen strategis tertentu mampu meningkatkan engagement dan dampak komunikasi secara signifikan (Via Yusnika Suhendy & Dedy Husrizal Syah, 2025).

Selain monotonnya variasi konten, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi hambatan nyata dalam mencapai target produksi konten digital yang optimal. Tim media pada Radar Sukabumi memiliki keterbatasan jumlah personel yang berdampak pada efisiensi workflow produksi dan kapasitas inovasi. Situasi serupa juga diperlihatkan dalam studi pengabdian pada UMKM, di mana batasan kapasitas teknis dan SDM menjadi tantangan utama dalam penerapan strategi pemasaran digital (Zainarti et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi strategi konten sebenarnya membutuhkan perpaduan antara kapasitas teknis, kreativitas produksi, dan kemampuan analisis data untuk dapat dilakukan secara efektif.

Keterbatasan fasilitas produksi konten menjadi tantangan lain yang perlu mendapatkan perhatian. Ketiadaan perangkat pendukung seperti kamera, tripod, atau perangkat pendukung lain sering kali menghambat implementasi inovasi konten yang lebih dinamis dan beragam (Tulim et al., 2025).

B. Permasalahan Mitra

Radar Sukabumi sebagai media lokal di era digital menghadapi sejumlah tantangan operasional yang nyata dalam upaya meningkatkan kualitas dan efektivitas produksi konten digital.

1. Permasalahan pertama yang teridentifikasi adalah monotoninya variasi konten yang dihasilkan pada platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Praktik produksi konten yang lebih banyak bersifat modifikasi ulang berita tekstual tanpa ragam format visual dan naratif yang inovatif cenderung kurang menarik interaksi audiens. Hal ini sejalan dengan temuan studi yang menunjukkan bahwa keterbatasan variasi konten dan kurangnya content planning yang responsif terhadap karakter media sosial dapat menurunkan tingkat keterlibatan pengguna, karena konten yang diunggah kurang mampu menciptakan pengalaman digital yang berbeda dan relevan bagi audiens (Nurul Imaniyya Trisnaning Ati et al., 2025a).
2. Permasalahan kedua berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam tim media. Keterbatasan kapasitas SDM dalam mengelola alur kerja digital sering kali berdampak pada ketidakseimbangan antara target produksi dan kualitas konten yang dihasilkan. Dalam konteks pengelolaan SDM di era digital, sebuah kajian literatur memaparkan bahwa organisasi yang kurang memiliki strategi pengembangan keterampilan digital cenderung gagal memaksimalkan peran media sosial sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif (social media as strategic HR support), termasuk dalam hal peningkatan kualitas konten dan keterlibatan audiens (Ernawati et al., 2025).
3. Permasalahan ketiga adalah keterbatasan fasilitas penunjang produksi konten, termasuk perangkat perekaman, kamera, dan perlengkapan pendukung produksi lainnya. Kekurangan fasilitas ini berdampak pada keterbatasan kreativitas produksi konten lapangan dan ketidakkonsistenan kualitas teknis antara satu konten dengan konten lainnya. Penelitian dalam konteks digital engagement juga menekankan bahwa pemanfaatan teknologi dan sumber daya yang memadai menjadi faktor penting dalam menciptakan iklim kerja digital yang produktif; ketidaksesuaian antara kebutuhan operasional dan fasilitas aktual akan menghambat inovasi dan pencapaian tujuan strategis (Yulianti et al., 2024).

C. Tinjauan Literatur Singkat

Transformasi media lokal dalam era digital tidak hanya melibatkan adopsi teknologi, tetapi juga perubahan strategi produksi dan pengelolaan konten yang lebih responsif terhadap perilaku pengguna media sosial. Transformasi digital yang efektif memerlukan pemahaman tentang bagaimana strategi konten digital dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan efektivitas komunikasi media. Dalam konteks ini, strategi konten digital yang dirancang berdasarkan karakteristik platform dan preferensi pengguna terbukti menjadi landasan penting dalam membangun interaksi yang kuat dengan audiens. Studi empiris di Indonesia menunjukkan bahwa perencanaan konten yang konsisten dan analitis mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan, karena strategi tersebut melibatkan pemahaman mendalam terhadap preferensi target audiens serta respons terhadap tren digital (Razak, 2024).

Strategi konten yang baik tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada kemampuan organisasi untuk melakukan content planning yang sistematis dan berbasis data insight, sehingga dapat menghasilkan variasi konten yang relevan dan menarik. Penelitian kasus pada media sosial PT Akademi Smart Indonesia menemukan bahwa keterbatasan variasi konten dan kurangnya evaluasi berbasis data memberikan dampak negatif terhadap keterlibatan pengguna, sehingga memperkuat pentingnya strategi konten yang dirancang secara strategis dan responsif terhadap kebutuhan audiens digital (Nurul Imaniyya Trisnaning Ati et al., 2025b). Dalam konteks UMKM dan bisnis digital di Indonesia, keterampilan produksi konten digital dan pemanfaatan teknologi informasi terbukti dapat memperkuat efektivitas strategi pemasaran dan interaksi dengan audiens, yang menjadi indikator penting keberhasilan komunikasi digital (Pratama et al., n.d.).

D. Tujuan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan nyata yang dihadapi oleh Radar Sukabumi dalam proses produksi konten digital, khususnya pada platform media sosial. Permasalahan seperti monotoninya variasi konten, keterbatasan sumber daya manusia, dan keterbatasan fasilitas produksi menjadi dasar dari perumusan tujuan intervensi yang bersifat sistematis dan terukur. Berdasarkan hal tersebut, tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah untuk mendorong transformasi produksi konten digital melalui optimalisasi strategi konten dan pemanfaatan teknologi informasi secara terintegrasi, sekaligus memperkuat kapasitas organisasi media dalam menjawab tantangan era digital.

- 1) Tujuan pertama adalah mendeskripsikan intervensi yang dilakukan untuk mengatasi monotoninya variasi konten digital, terutama melalui pendekatan yang responsif terhadap karakter audiens di media sosial. Penelitian terkait pengaruh strategi konten dalam meningkatkan interaksi pengguna menegaskan bahwa strategi konten yang dirancang sedemikian rupa mampu menciptakan keterlibatan audiens secara lebih efektif (content marketing strategy in increasing consumer interaction on social media), sehingga diperlukan usaha inovatif dalam perencanaan dan pembuatan konten yang bervariasi (Razak, 2024).
- 2) Selanjutnya, tujuan kedua adalah mengimplementasikan solusi berbasis teknologi informasi untuk memperkuat sistem produksi digital yang digunakan oleh Radar Sukabumi. Hal ini meliputi optimalisasi workflow melalui penggunaan perangkat lunak editing, otomatisasi fitur seperti auto-caption dan voice-over berbasis AI, serta peningkatan keterampilan teknis tim melalui pelatihan dan panduan kerja. Penelitian yang dilakukan pada laporan strategi perencanaan konten media sosial juga menunjukkan pentingnya perencanaan konten yang konsisten dan terstruktur untuk membangun keterlibatan audiens.
- 3) Terakhir, tujuan ketiga adalah meningkatkan efektivitas produksi konten secara menyeluruh dalam hal variasi, kualitas visual, dan performa engagement. Efektivitas ini diukur melalui indikator insight seperti views, reach, dan engagement yang diperoleh setelah penerapan strategi dan solusi intervensi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan output kuantitatif, tetapi juga kualitas konten yang mampu berkontribusi terhadap tujuan strategis media lokal dalam jangka panjang. Tujuan ini selaras dengan temuan bahwa strategi konten yang tepat dan implementasi digital yang efektif dapat meningkatkan kualitas interaksi dan respon audiens terhadap konten yang diproduksi (Pramudya et al., 2025).

METODE

Pendekatan dan Desain Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada perusahaan media lokal Radar Sukabumi menggunakan pendekatan participatory action approach yang dikombinasikan dengan metode deskriptif kualitatif berbasis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dihadapi mitra berkaitan langsung dengan praktik kerja sehari-hari dalam produksi konten digital, sehingga solusi yang dirancang perlu dilakukan melalui keterlibatan langsung dengan tim media yang menjadi bagian dari sistem kerja organisasi. Pendekatan partisipatif memungkinkan proses pengabdian tidak hanya bersifat observasional, tetapi juga melibatkan kolaborasi antara pelaksana kegiatan dengan mitra dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi solusi yang diterapkan.

Dalam konteks kegiatan pengabdian berbasis teknologi informasi, pendekatan partisipatif sering digunakan karena mampu memperkuat proses transfer pengetahuan sekaligus meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola teknologi digital secara mandiri. Penelitian yang dilakukan oleh (D. et al., 2022) menjelaskan bahwa pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian berbasis teknologi

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

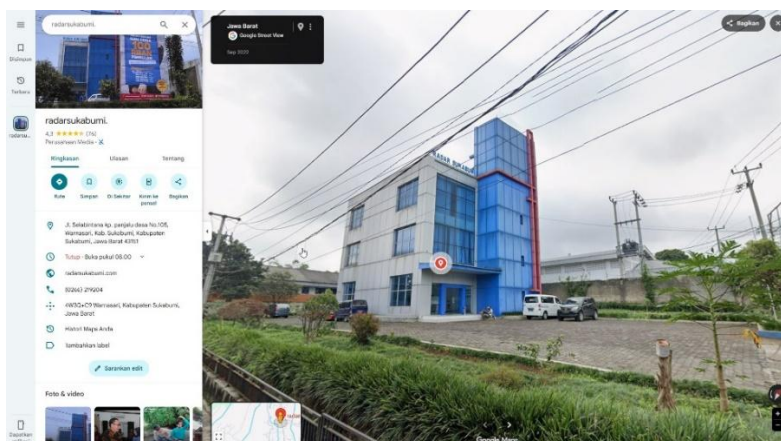
digital dapat meningkatkan efektivitas implementasi program karena mitra terlibat langsung dalam proses identifikasi masalah dan pengembangan solusi. Penelitian tersebut menekankan bahwa keberhasilan transformasi digital dalam organisasi kecil dan menengah sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif sumber daya manusia di dalamnya.

Selain pendekatan partisipatif, desain kegiatan pengabdian ini juga menggunakan model problem-solving berbasis kebutuhan mitra. Model ini menempatkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sebagai titik awal dalam perancangan kegiatan. Dalam kasus Radar Sukabumi, permasalahan utama yang ditemukan meliputi monotoninya variasi konten media sosial, keterbatasan sumber daya manusia dalam memenuhi target produksi konten, serta keterbatasan fasilitas produksi yang mendukung inovasi konten lapangan. Permasalahan tersebut kemudian dianalisis secara sistematis untuk merancang intervensi yang dapat meningkatkan efektivitas proses produksi konten digital. Pendekatan problem-solving dinilai relevan karena kegiatan pengabdian tidak hanya bertujuan memberikan pendampingan secara teoritis, tetapi juga menghadirkan solusi yang dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas kerja tim media.

Pendekatan lain yang digunakan dalam kegiatan ini adalah deskriptif kualitatif berbasis studi kasus. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika produksi konten digital yang terjadi dalam lingkungan kerja media lokal. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi proses produksi konten, pola kerja tim, serta strategi distribusi konten yang digunakan oleh organisasi media dalam menghadapi perkembangan platform digital.

Dalam implementasinya, mahasiswa berperan sebagai pendamping sekaligus pelaksana intervensi teknis dalam proses produksi konten digital. Posisi ini memungkinkan mahasiswa untuk tidak hanya mengamati proses kerja tim media, tetapi juga berkontribusi langsung dalam pengembangan strategi konten serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital.

Subjek dan Lokasi Pengabdian



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada unit media digital Radar Sukabumi, yaitu salah satu perusahaan media lokal yang beroperasi di wilayah Sukabumi, Jawa Barat. Radar Sukabumi merupakan bagian dari jaringan media daerah yang memiliki fokus utama pada penyebaran informasi lokal, baik dalam bentuk media cetak maupun media digital. Secara operasional, unit media sosial Radar Sukabumi bertanggung jawab dalam memproduksi dan mendistribusikan konten digital yang dipublikasikan melalui berbagai platform seperti Instagram dan TikTok.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Bulan																			
		Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Briefing dan observasi awal untuk memahami alur kerja serta kinerja awal akun Radar Sukabumi																				
2	Perencanaan konsep konten Reels sebagai bagian dari penguatan strategi produksi tim media																				
3	Pelaksanaan editing video Reels menggunakan CapCut dan Canva untuk mendukung kualitas visual konten																				
4	Pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan caption dan optimalisasi workflow produksi tim media																				
5	Integrasi voice over manual dan berbasis AI guna memperkuat penyampaian pesan konten Reels																				
6	Publikasi konten Reels dan																				

penelitian secara sistematis untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai fenomena yang terjadi.

- 2) Selain observasi, teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui dokumentasi insight media sosial. Dokumentasi ini mencakup pengumpulan data statistik performa konten seperti jumlah tayangan (views), jangkauan audiens (reach), interaksi pengguna (engagement), serta durasi waktu tonton. Data tersebut diperoleh dari fitur analitik yang tersedia pada platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang memanfaatkan berbagai sumber tertulis, gambar, maupun dokumen digital yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa arsip, catatan, maupun data digital yang merekam suatu peristiwa atau aktivitas tertentu.
- 3) Tahapan terakhir dalam pengumpulan data adalah analisis performa konten digital yang telah dipublikasikan. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan performa beberapa konten yang diproduksi selama periode kegiatan pengabdian. Parameter yang digunakan dalam analisis meliputi jumlah tayangan, tingkat interaksi, serta retensi penonton.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan interpretasi data insight media sosial. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman pola performa konten serta perubahan efektivitas produksi konten setelah adanya integrasi teknologi digital dalam proses editing dan distribusi konten media sosial. Analisis deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis dan mendalam berdasarkan data yang diperoleh selama proses observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

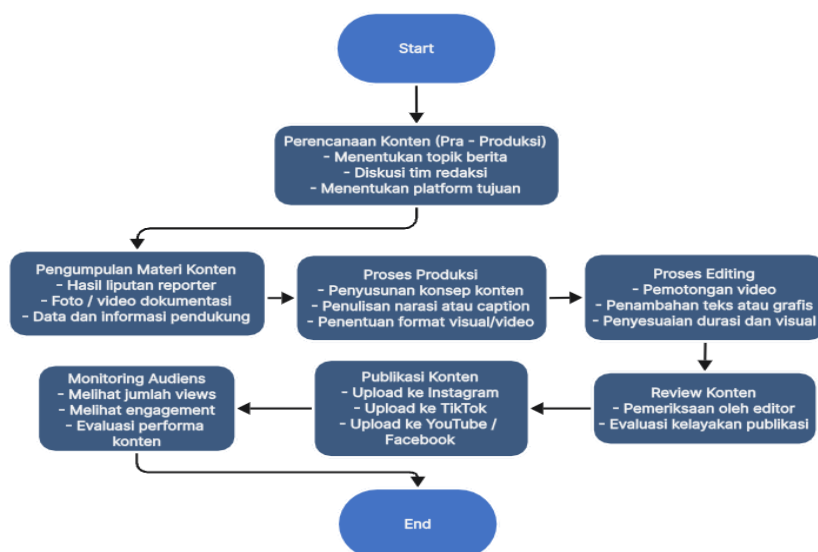
- a) Tahapan pertama dalam teknik analisis data adalah melakukan proses pengumpulan dan pengolahan data insight media sosial yang diperoleh dari akun resmi Radar Sukabumi pada beberapa platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Data insight tersebut meliputi berbagai indikator performa konten seperti jumlah tayangan (views), jumlah suka (likes), komentar, jumlah pembagian konten (shares), serta tingkat keterlibatan audiens atau engagement rate. Data yang telah diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan periode waktu tertentu untuk memudahkan proses analisis perbandingan performa konten.
- b) Tahapan berikutnya adalah melakukan analisis deskriptif terhadap data yang telah dikumpulkan. Dalam tahap ini, peneliti mendeskripsikan pola performa konten yang muncul dari data insight media sosial. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi jenis konten yang memiliki tingkat performa tinggi, sedang, dan rendah. Selain itu, peneliti juga mengamati karakteristik konten yang memengaruhi tingkat interaksi audiens, seperti jenis topik berita, durasi video, penggunaan caption, serta waktu publikasi konten. Hasil analisis ini kemudian dijelaskan secara naratif untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pola distribusi dan performa konten media sosial yang diproduksi oleh tim Radar Sukabumi.
- c) Selanjutnya, penelitian ini juga melakukan analisis perbandingan sebelum dan sesudah penerapan integrasi teknologi digital dalam proses produksi konten. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam proses editing dan pengolahan video, dapat meningkatkan kualitas serta performa konten media sosial. Perbandingan dilakukan dengan mengamati perubahan indikator performa konten pada dua periode yang berbeda, yaitu periode sebelum optimalisasi teknologi editing digital dan periode setelah proses tersebut diterapkan secara lebih sistematis dalam alur produksi konten. Proses perbandingan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah tayangan, tetapi juga pada perubahan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Dengan melakukan analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi apakah terdapat peningkatan signifikan

dalam performa konten setelah adanya penerapan teknologi digital dalam proses produksi media sosial.

- d) Selain itu, tahap penting dalam teknik analisis data adalah melakukan interpretasi terhadap data insight media sosial yang telah dianalisis. Interpretasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara proses produksi konten, penggunaan teknologi digital, dan respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Dalam tahap ini, peneliti mengaitkan hasil analisis data dengan konsep dan teori yang relevan dalam bidang media digital, produksi konten, serta analisis media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Konten Media Sosial di Radar Sukabumi



Gambar 2. Alur Kerja Produksi Konten

1) Tahap Pra-Produksi (Perencanaan Konten)

Tahap pra-produksi merupakan tahap awal dalam proses produksi konten. Pada tahap ini tim redaksi atau tim media sosial melakukan perencanaan terkait jenis konten yang akan dipublikasikan. Perencanaan tersebut biasanya dilakukan melalui diskusi internal tim untuk menentukan topik berita yang relevan dengan isu terkini di masyarakat. Selain menentukan topik konten, tahap pra-produksi juga mencakup penyusunan konsep visual, penentuan format konten, serta penyesuaian durasi video atau desain grafis agar sesuai dengan karakteristik platform seperti Instagram, TikTok, atau YouTube.

2) Tahap Produksi (Pengolahan Materi Konten)

Tahap produksi merupakan proses pengolahan materi yang telah direncanakan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini tim produksi mulai mengolah bahan berita yang telah dikumpulkan menjadi konten visual yang siap diedit. Materi yang digunakan dapat berupa foto, video liputan, narasi berita, maupun data pendukung lainnya. Proses produksi biasanya melibatkan beberapa aktivitas seperti pemilihan gambar atau footage, penyusunan alur cerita video, serta penulisan teks atau caption yang akan digunakan dalam konten.

3) Tahap Pasca-Produksi dan Publikasi

Pada tahap ini materi konten yang telah diproduksi kemudian melalui proses editing untuk menyempurnakan tampilan visual serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan sudah sesuai dengan standar media. Proses editing biasanya meliputi pemotongan video,

penambahan teks, penggunaan musik latar, serta penyesuaian warna atau tampilan visual agar lebih menarik. Setelah proses editing selesai, konten kemudian ditinjau kembali oleh editor atau tim media sosial sebelum dipublikasikan.

Implementasi Teknologi Digital dalam Produksi dan Editing Konten Media Sosial



Gambar 3. Tools Editing Konten

1. Instagram

Pada platform Instagram, konten yang dipublikasikan umumnya berbentuk foto berita maupun video Reels berita. Proses pembuatan konten untuk Instagram dilakukan dengan menggunakan aplikasi Canva. Dalam proses ini, editor terlebih dahulu mencari sumber berita yang sedang aktual dari berbagai sumber informasi yang kredibel dan terbaru. Setelah topik berita ditentukan, informasi utama kemudian dirangkum menjadi bentuk visual yang lebih ringkas dan informatif. Untuk konten foto berita, editor biasanya membuat desain grafis yang berisi judul berita, ringkasan informasi, serta gambar pendukung.

2. Tiktok

Proses produksi konten pada platform TikTok memiliki konsep yang hampir serupa dengan Instagram Reels karena keduanya sama-sama berbasis video pendek. Konten berita yang dipublikasikan di TikTok juga dibuat menggunakan Canva, dengan memanfaatkan fitur template video yang tersedia pada aplikasi tersebut. Editor biasanya mengambil informasi dari sumber berita yang sedang viral atau sedang menjadi perbincangan publik, kemudian menyusunnya menjadi video berita singkat yang informatif dan mudah dipahami oleh audiens.

3. Facebook

Sementara itu, pada platform Facebook, konten yang dipublikasikan lebih banyak berbentuk video reels berita. Proses editing video pada platform ini umumnya dilakukan menggunakan aplikasi CapCut. Aplikasi tersebut digunakan untuk melakukan pemotongan video, penambahan teks informasi, penggunaan transisi, serta penambahan musik latar yang sesuai dengan karakteristik konten berita yang disajikan.

4. Youtube

Berbeda dengan platform lainnya, konten yang dipublikasikan pada YouTube memiliki variasi format yang lebih beragam. Selain konten berita, kanal YouTube Radar Sukabumi juga menampilkan berbagai jenis konten lain seperti podcast, liputan kegiatan,

hingga vlog jurnalistik. Proses editing video untuk konten YouTube juga dilakukan menggunakan CapCut karena aplikasi tersebut memiliki fitur yang cukup lengkap untuk mengolah video dengan durasi yang lebih panjang.

Analisis Performa Konten Media Sosial



Gambar 4. Insight Tayangan Instagram

Berdasarkan data insight Instagram, jumlah tayangan konten mengalami peningkatan secara bertahap sepanjang tahun 2025. Pada bulan Januari 2025 jumlah tayangan konten tercatat sebesar 2.470.575 tayangan. Angka tersebut kemudian mengalami peningkatan hingga mencapai 5.496.804 tayangan pada bulan Desember 2025. Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi produksi konten yang lebih variatif mampu meningkatkan jangkauan distribusi informasi kepada audiens. Selain itu, jumlah pengikut akun Instagram juga mengalami pertumbuhan dari 64.315 pengikut pada awal tahun menjadi sekitar 89.388 pengikut pada akhir tahun 2025.



Gambar 5. Insight Tayangan Tiktok

Hal tersebut terlihat dari data tayangan konten TikTok yang mengalami lonjakan besar pada beberapa bulan terakhir tahun 2025. Pada awal tahun, jumlah tayangan konten masih berada pada kisaran beberapa juta tayangan. Namun, pada bulan September hingga Desember 2025 jumlah tayangan mengalami peningkatan yang sangat signifikan hingga mencapai lebih dari 100 juta tayangan, bahkan pada bulan Desember mencapai lebih dari 465 juta tayangan.



Gambar 6. Dokumentasi Pengabdian

Selain faktor strategi konten, peningkatan performa media sosial juga dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia yang terlibat dalam proses produksi konten. Pada tahun 2025, tim media sosial Radar Sukabumi didukung oleh sembilan mahasiswa magang yang membantu proses produksi konten digital. Keberadaan mahasiswa magang tersebut membantu mempercepat proses produksi konten karena pembagian tugas dapat dilakukan secara lebih efisien. Selain itu, penggunaan fasilitas pribadi seperti laptop dan smartphone juga membantu mempercepat proses editing serta publikasi konten media sosial.

KESIMPULAN

Kesimpulan :

Berdasarkan hasil kegiatan penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa proses produksi konten media sosial pada Radar Sukabumi merupakan bagian penting dari strategi transformasi media massa menuju platform digital. Perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat menuntut media lokal untuk mampu menyajikan berita secara cepat, menarik, serta mudah diakses melalui berbagai platform media sosial. Dalam konteks tersebut, pemanfaatan media sosial menjadi sarana

efektif bagi perusahaan media untuk memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan interaksi dengan audiens.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem produksi konten media sosial di Radar Sukabumi dilakukan melalui beberapa tahapan utama yang terstruktur, yaitu pencarian dan pengumpulan informasi berita, proses seleksi berita yang relevan dan aktual, tahap produksi konten, proses pengeditan, hingga tahap publikasi pada berbagai platform media sosial. Informasi berita yang digunakan umumnya bersumber dari berbagai referensi berita terkini yang telah terverifikasi, kemudian diolah kembali agar sesuai dengan karakteristik masing-masing platform media sosial. Proses ini menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam memperoleh sumber berita menjadi faktor utama dalam menjaga kualitas serta kredibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Saran :

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah perlunya pengembangan strategi produksi konten yang lebih inovatif dan kreatif agar dapat meningkatkan daya tarik serta keterlibatan audiens di media sosial. Selain itu, peningkatan keterampilan sumber daya manusia dalam bidang produksi konten digital juga menjadi faktor penting dalam mendukung kualitas konten yang dihasilkan. Radar Sukabumi juga diharapkan dapat terus mengikuti perkembangan teknologi serta tren media digital agar mampu mempertahankan eksistensinya sebagai media informasi lokal yang relevan dan terpercaya di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini dengan baik. Proses penyusunan artikel ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi selama kegiatan penelitian dan penulisan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arya, S. M., Wahid, R., & Purnamasari, E. D. (2022). Pemasaran melalui media sosial di TikTok: Apakah waktu dan tipe konten memengaruhi tingkat keviralan? *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 17–34. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4439>
- D., D., Ferdian, A., Patahiruddin, P., & Qur'ani, B. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 544–553. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i3.1241>
- Setyaningsih, P. S., & Wardoyo, S. S. I. (2026). Upaya fisioterapi komunitas meningkatkan pengetahuan penggiat hobi olahraga basket terkait pencegahan dan pertolongan pertama cedera olahraga di Lapangan Rampal Kecamatan Klojen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(6), 1–11. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v4i6.4768>
- Ernawati, E., Said Zulkifli Yusuf, Ramlah Syam, Norhidayah, N., & Kristiningati, K. (2025). Studi Literatur Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Manajemen Sumber Daya Manusia. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 1918–1927. <https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.12487>
- Pradika, D. R., Setyarahajoe, R., & Roosinda, F. W. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital berbasis influencer pada Instagram Cleo Oxygen dalam upaya meningkatkan *brand awareness*. *INTELEKTUAL (Jurnal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi)*. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i2.85>
- Kamal, M. M., Anah, L., & Rahayu Ningsih, L. S. (2025). Penerapan strategi content marketing dalam meningkatkan brand awareness dan engagement: Studi kasus pada UMKM kuliner Apelicious

- di Malang. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Organisasi*, 3(1). <https://doi.org/10.32528/ektasi.v3i1.3773>
- Meifitri, M., & Susanto, E. (2020). Perubahan dari media lama ke media baru: Telaah transformasi platform multimedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.35967/jkms.v9i1.7390>
- Nurul Imaniyya Trisnaning Ati, Firli Amaliatul Fadilah, & Tanti Widia Nurdiani. (2025a). Studi Kasus Customer Engagement dan Content Planning dalam Manajemen Pemasaran PT Akademi Smart Indonesia. *Journal of Indonesian Management*, 5(3), 8. <https://doi.org/10.53697/jim.v5i3.2996>
- Nurul Imaniyya Trisnaning Ati, Firli Amaliatul Fadilah, & Tanti Widia Nurdiani. (2025b). Studi Kasus Customer Engagement dan Content Planning dalam Manajemen Pemasaran PT Akademi Smart Indonesia. *Journal of Indonesian Management*, 5(3), 8. <https://doi.org/10.53697/jim.v5i3.2996>
- Pramudya, A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2025). Analisis strategi content marketing media sosial Instagram pada UMKM Food Familys. *Indonesian Journal of Digital Business*, 2(1), 28–39.
- Pratama, P., Novandari, W., Setyanto, R. P., & Adawiyah, W. R. (2025). Strategic content capability and social engagement: A pathway to social media performance in Indonesian MSMEs. *Economics, Social, and Entrepreneurship Empowerment*, 4(1). <https://doi.org/10.58812/esee.v4i01>
- Razak, I. (2024). Content marketing strategy in increasing consumer interaction on social media. *Journal of Data Science*, 2(1), 35–43. <https://doi.org/10.54209/science.v2i01>
- Sari, H., Arso, N. F. L., & Setiaboedi, A. P. (2022). Perancangan strategi peningkatan keterlibatan pelanggan di media sosial. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 17(1), 13–21. <https://doi.org/10.14710/jati.17.1.13-21>
- Tafesse, W., & Wood, B. P. (2021). Followers' engagement with Instagram brand posts: The role of posts' publishing time, content type, and content richness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102303. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102303>
- Tulim, A., Sitorus, E., Harahap, T. A., & Wahyuni, R. S. (2025). The influence of content marketing strategy on consumer engagement on social media platforms. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(7), 1192–1202. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i07>
- Veironie, A., & Sari, W. P. (2022). Analisis *content marketing* melalui media sosial (Studi kasus Instagram FAYT Official). *Kiwari*, 1(3). <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.15839>
- Suhendy, V. Y., & Syah, D. H. (2025). Development and evaluation of Instagram content based on the 4C model in increasing Feraluna Boutique customer engagement. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3971–3981. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1173>
- Yuda, M. S., Maulana, M. A., Muchsam, Y., Akbar, T. S. W., & Raspati, G. (2025). Transformasi digital dalam strategi branding UMKM lokal: Studi kasus Dodol Betawi di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*. <https://doi.org/10.37150/jimat.v6i3.3977>
- Yulianti, P., Fahmy, R., Lukito, H., & Games, D. (2024). Social Media as a Tool to Facilitate Human Capital Relations to Open Innovation and Business Performance. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 23(2), 135–154. <https://doi.org/10.12695/jmt.2024.23.2.4>
- Zainarti, Nurwani, Nurbaiti, Aisyah, S., & Agustina, D. (2024). Digital marketing dengan memanfaatkan social media dan e-commerce bagi komunitas UMKM wanita. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 343–362. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.20873>