BAB I

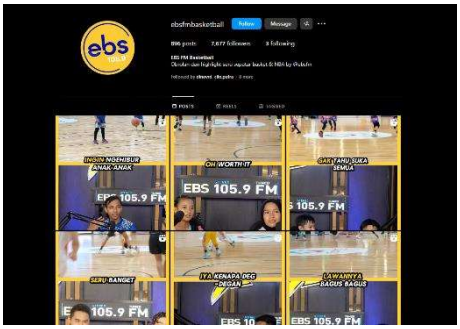
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Masuknya era media baru, seperti internet, telah memengaruhi cara orang berkomunikasi dan memperoleh informasi. Media baru ini memungkinkan terjadinya konvergensi media, di mana informasi disajikan dengan beragam tampilan yang menarik untuk dilihat. Kehadiran media baru dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari hiburan, informasi atau berita, pekerjaan, serta untuk membantu kehidupan sehari-hari dan bersosialisasi.Selain itu, media baru kini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang. Akses yang mudah melalui smartphone memungkinkan kita untuk terhubung secara online dan mengetahui berbagai kejadian di sekitar kita, bahkan dari seluruh dunia.Media sosial muncul sebagai hasil dari perkembangan media baru. Menurut Kotler dan Keller (2016:581), media sosial adalah platform yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video dengan orang lain maupun perusahaan.

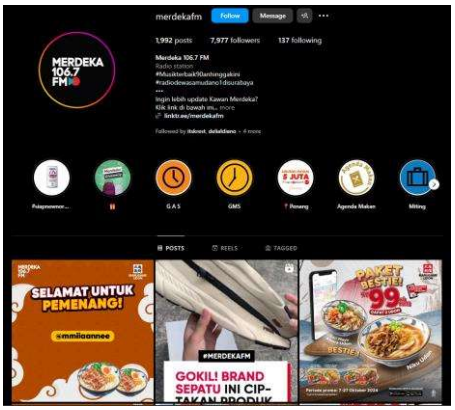
Media sosial menawarkan inovasi teknologi yang pesat, memungkinkan semua orang berkomunikasi secara global. Oleh karena itu, media sosial menjadi saluran yang efektif bagi pelaku usaha dan konsumennya untuk membangun komunikasi yang interaktif. Salah satu cara penyebaran informasi melalui media sosial yang banyak digunakan oleh perusahaan saat ini adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna menerapkan filter digital dan

membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Aplikasi ini berbasis internet dan cukup sederhana karena hanya menampilkan gambar dan video dalam durasi tertentu, serta menyediakan ruang bagi pengguna untuk menulis dan berkomentar (Satyadewi, 2017).



Gambar 1.1 Tampilan Instagram @ebsfmbfsketball

Sumber: Instagram



Gambar 1.2 Tampilan Instagram @merdekafm

Sumber: Instagram

PT Era Bimasakti Selaras, yang lebih dikenal sebagai EBS FM, awalnya mengudara di frekuensi 101.25 FM sebelum berpindah ke 105.9 FM pada tahun 2004. EBS FM merupakan bagian dari Suzana Radio Network dan mengusung

format siaran musik kontemporer dengan fokus pada genre pop dan Top 40.

Sejak awal berdirinya, EBS FM dikenal dengan slogannya yang berubah seiring waktu. Dari tahun 1988 hingga 2018, slogan yang digunakan adalah "The Teenage Spirit Station," dan sejak 2018, berubah menjadi "Hits Terbaik Anak Muda Surabaya." Stasiun ini berkomitmen untuk menyajikan konten yang relevan bagi pendengar muda, termasuk program-program seperti "Pagi Kamu," "Lalu Lalang," dan "Monkasel. EBS FM beroperasi dengan tujuan untuk menjadi stasiun radio yang menghibur dan informatif bagi pendengar di wilayah Gerbangkertosusila, serta terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Disini penulis memilih EBS FM untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah konten dalam sebuah media massa, mulai dari perencanaan sampai mempublikasikannya di *Instagram* resmi EBS FM. Namun tak ingin hanya mengetahui saja, tapi pada kesempatan kali ini penulis juga ingin bisa terjun secara langsung dalam mengelola media social di EBS FM di Instagram

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis bekerja sebagai tim Social Media Management di EBS FM. Penulis dalam divisi tersebut bertugas untuk melakukan pengelolaan dengan membuat konten dan bertanggung jawab atas konten tersebut serta beberapa kali meliput dan membuat konten pada event klien dari EBS FM.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

- Untuk menerapkan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya teori yang berhubungan dengan proses produksi dan distribusi konten dalam media sosial sehingga mampu meningkatkan kemampuan.
- Untuk mengetahui tahapan-tahapan dalam pembuatan sebuahkonten dan *event*.
- Untuk melatih lebih profesional dan bertanggung jawab melalui pengalaman kerja yang nyata.
- Untuk memenuhi persyaratan kurikulum mata kuliah kerja praktek jurusan ilmu komunikasi.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Teoritis

Tugas *Social Media Management* sendiri yang paling utama adalah sebagai seseorang yang mengurus dan mengontrol semua konten yang akan ataupun telah di publikasikan.

I.4.2 Manfaat Praktis

Memberi pengetahuan tentang tugas *Social Media Management*

sehingga dapat meningkatkan profesionalisme penulis dalam dunia kerja dan juga dapat mempraktekkan teori-teori yang telah didapatkan dalam ruang perkuliahan.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Aktivitas Social Media Management di EBS FM

Manajemen media sosial merupakan pekerjaan baru yang memanfaatkan kemajuan teknologi terkini. Manajemen ini mencakup proses pengelolaan, pemeliharaan, dan pengembangan media sosial perusahaan (Mahmudah & Rahayu, 2020) manajemen media sosial meliputi pembuatan, penerbitan, serta analisis konten yang akan diunggah ke media sosial.

Aktivitas manajemen media sosial pada dasarnya adalah investasi, di mana para praktisi berinteraksi dengan pengikutnya dengan harapan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan (Risius & Beck, 2015). Pekerjaan seorang manajer media sosial cukup kompleks, seperti merancang konten yang menarik untuk diunggah di akun media sosial perusahaan.

Semua kegiatan pengelolaan media sosial diimplementasikan dalam bentuk konten. Menurut (Risius & Beck, 2015), konten merupakan inti atau unit informasi digital yang dapat berupa teks, gambar, grafis, video, audio, dan dokumen. Konten adalah segala sesuatu yang dapat dikelola dalam format elektronik.

The Circular Model of Some, yang dikembangkan oleh Regina Luttrell, bertujuan membantu praktisi media sosial dalam perencanaan dan pengelolaan media sosial. Model ini memiliki empat aspek utama: mengidentifikasi

masalah yang akan dioptimalkan dalam bentuk konten (optimize), membagikan konten tersebut di media sosial (sharing), mengelola pesan yang disampaikan (manage), dan terlibat dengan audiens (engage) (Luttrell, 2019:109-111).

- ***Share***: Dimana audiens kita berada? Platform apa yang mereka gunakan? Dimana konten perlu dibagikan? Pemahaman ini membantu praktisi media sosial menentukan cara dan tempat berinteraksi dengan konsumen.
- ***Optimize***: Apakah ada isu yang perlu diperbaiki? Jenis konten apa yang akan dibagikan? Apakah ada pihak yang berpengaruh untuk mendukung brand? Mengoptimalkan interaksi di media sosial dapat memaksimalkan dampak pesan, brand, dan nilai perusahaan.
- ***Manage***: Pesan apa yang perlu dikelola, dipantau, dan diukur? Sistem manajemen media sosial dapat membantu perusahaan memantau percakapan secara real-time, merespon konsumen langsung, mengirim pesan pribadi, membagikan tautan, serta menilai efektivitas komunikasi.
- ***Engage***: Siapa yang perlu dilibatkan? Bagaimana mendorong konsumen untuk bertindak? Strategi keterlibatan yang autentik akan membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen

I.5.2 Media Sosial

Kotler dan Keller (2011:581) juga mengemukakan media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. media sosial juga merupakan

sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjuru tempat hanya dengan melalui berbagai jenis gadget memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan kosumen (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Media sosial sangat memegang peranan dan pengaruh yang kuat dalam penyebaran informasi. Penyebaran informasi dengan tujuan yang berbeda-beda salah satunya adalah untuk meningkatkan literasi digital dengan konten-konten berbobot dan menarik bagi pengguna media sosial (Wahyudin & Adiputra, 2019)dan menarik bagi pengguna media sosial (Wahyudin & Adiputra, 2019).

I.5.3 Instagram

Salah satu jenis media sosial popular adalah Instagram. Aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang berbasis internet dan sederhana karena hanya menampilkan gambar-gambar dan video dalam durasi tertentu dengan diberikan ruang untuk menulis dan berkomentar bagi penggunanya (Satyadewi et al., 2017).

Sebagai media sosial dengan bentuk jejaring sosial berbagi foto/video, instagram juga digunakan oleh banyak perusahaan sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Terlebih bagi perusahaan yang memiliki audience sebagai pengguna aktif instagram yang selalu membutuhkan informasi terbaru namun malas untuk membaca banyak kata dalam berita.