

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

*Platform* media sosial adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet. Dengan adanya kamera berkualitas tinggi pada ponsel pintar, banyak orang menemukan aktivitas baru yang menyenangkan, yaitu mengambil foto dengan mudah kapan saja dan di mana saja, lalu mengunggahnya ke media sosial. Beberapa media sosial populer yang sering digunakan antara lain Facebook, Twitter, Path, dan Instagram. Instagram sendiri adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, serta membagikan hasilnya ke berbagai platform jejaring sosial.

Menurut (Masduki, 2004), radio dapat diartikan sebagai suara. Suara menjadi elemen kunci dalam penyampaian informasi melalui radio kepada publik, serta menjadi ciri khas yang membedakan radio dari media penyiaran lainnya. Sebagai alat komunikasi massa, radio memanfaatkan simbol komunikasi yang berbentuk bunyi. Sebuah pemancar radio yang beroperasi tidak akan memberikan dampak apa pun kepada audiens atau pendengarnya jika gelombang yang dipancarkan tidak membawa informasi yang berarti, baik itu dalam bentuk sinyal, kata-kata yang diucapkan, nada, atau irama tertentu. Pada era modern sekarang radio merupakan salah satu media massa yang

banyak diminati dan dipilih khalayak, karena disamping sebagai alat komunikasi keberadaan radio juga dapat dijangkau dengan harga yang murah sehingga masyarakat menengah kebawah dapat menikmatinya.

(Boys, 2015) menjelaskan bahwa media sosial adalah sekumpulan platform yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berinteraksi, berbagi informasi, dan dalam beberapa situasi, berkolaborasi atau bermain bersama. Salah satu kekuatan utama media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content/UGC), yang berarti bahwa konten tersebut diciptakan oleh pengguna itu sendiri, bukan oleh editor seperti yang terjadi pada lembaga media massa.

Radio Gen FM Surabaya adalah stasiun radio yang menjadi bagian dari industri media sejak lama. Berdiri sejak tahun 2010, Radio Gen FM mengklaim sebagai salah satu radio yang memadukan format interaktif dan solutif, yang memberikan informasi seputar berita-berita *hitz* dan menjadi stasiun tongkrongan anak muda khususnya di Surabaya.

Salah satu bentuk media elektronik adalah media sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk menginformasikan produk yang akan dipasarkan, seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Banyak bisnis yang menerapkan strategi promosi untuk membantu masyarakat mengenali usaha mereka atau memperoleh informasi terbaru tentang perusahaan. Selain itu, promosi juga berperan penting dalam menjaga keberlangsungan dan aktivitas perusahaan.

Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer, dengan gambar-gambar yang menarik sebagai salah satu daya tarik utama yang membuatnya begitu diminati.

Secara umum, multimedia dapat dipahami sebagai produk yang dihasilkan dari kemajuan dalam teknologi elektronik dan digital. Penggunaan multimedia didorong oleh evolusi sistem *online* yang mempermudah aktivitas manusia. Contoh perkembangan sistem online ini termasuk Instagram, Facebook, dan TikTok. Aktivitas multimedia melibatkan beberapa elemen penting yang berkontribusi pada peran multimedia dalam merancang strategi pemasaran. Elemen-elemen ini mencakup teks, gambar, audio, video, dan animasi yang disajikan melalui platform online suatu perusahaan. Selain itu, multimedia juga berfungsi sebagai dokumentasi untuk kegiatan promosi yang dapat digunakan sebagai konten untuk meningkatkan kesadaran merek.

Penulis melakukan kerja praktik di GEN FM Surabaya yang berdiri sejak 2010. PT Radio Camar atau yang lebih dikenal dengan nama Gen FM Surabaya adalah sebuah stasiun radio hit kontemporer anak muda remaja jaringan Mahaka Radio Integra yang merupakan anggota jaringan dari Gen FM pusat di Jakarta dengan frekuensi 103.1 MHz. Sapaan untuk pendengar Gen FM pada umumnya adalah atau dikenal dengan Sobat Gen

## **I.2 Bidang Kerja Praktik**

Lingkup kerja praktik multimedia terletak dalam divisi Produksi Video. Sebagai seorang profesional di bidang produksi video, tanggung jawab utama individu tersebut adalah menghasilkan konten video yang menarik bagi audiens, baik internal maupun eksternal. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan dan kegiatan yang dilakukan, serta untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan semua pihak terkait.

## **I.3 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan dari program Kerja Praktik melalui magang ini adalah untuk menghasilkan produk promosi yang efektif dan menarik. Selain itu, program ini bertujuan membangun kepercayaan perusahaan terhadap divisi produksi video dalam upaya meningkatkan serta memperkuat kesadaran merek produk perusahaan.

## **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

Manfaat dari tugas akhir Kerja Praktik dalam program magang di divisi Produksi Video di Gen FM Surabaya adalah untuk mengasah keterampilan dan memperluas wawasan, terutama di bidang multimedia, dengan berperan langsung dalam menjalankan fungsi dan program multimedia.

## **I.5 Tinjauan Pustaka**

### **I.5.1 Radio dan Kebutuhan Sosial Media**

Seiring berjalannya waktu, radio telah mengalami perubahan yang signifikan dalam fungsi-fungsinya. Salah satu bentuknya adalah radio siaran, yang berfungsi sebagai saluran komunikasi publik yang menyediakan berbagai program untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, radio siaran menjadi platform yang penting untuk menyampaikan informasi, hiburan, pendidikan, dan lainnya kepada masyarakat. Selain itu, berbagai jenis radio lainnya juga telah muncul, seperti radio komunikasi yang memungkinkan interaksi dua arah, radio navigasi yang digunakan untuk penerbangan dan navigasi laut, serta radio satelit yang memanfaatkan teknologi satelit untuk menjangkau audiens di seluruh dunia.

Radio adalah salah satu bentuk media komunikasi yang tetap relevan dan eksis di era modern ini. Meskipun kita saat ini berada di tengah perkembangan pesat teknologi digital, radio masih memiliki peran yang signifikan di kalangan generasi milenial. Namun, kita harus mengakui bahwa pemanfaatan radio dalam melestarikan nilai-nilai budaya bangsa Indonesia mulai mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi yang begitu cepat dan arus globalisasi yang semakin deras di Indonesia. Dalam situasi ini, media radio menjadi salah satu saluran yang

memiliki tanggung jawab penting untuk turut serta dalam upaya pembangunan budaya. Radio berperan dalam memperkenalkan, mempromosikan, dan menyebarkan seni serta budaya lokal yang ada di masyarakat, sehingga dapat mendukung keberlangsungan dan pengenalan budaya lokal di tengah tantangan zaman yang terus berubah (Purwati, 2013). Siaran radio yang dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain (Romli, 2009). Radio itu sederhana, sederhana dalam mengoperasikannya, sederhana mengelolanya, dan sederhana isinya. Tidak diperlukan konsentrasi tinggi untuk menyimak radio.

Visualisasi aktivitas siaran telah menjadi tren baru di kalangan penyiar, terutama di antara penyiar muda yang sangat antusias dan tergantung pada media sosial. Melalui interaksi yang dekat dengan pengikut di media sosial, visualisasi kegiatan siaran radio dapat dijadikan konten yang menarik. Namun, bagi pendengar radio yang hanya mendengarkan melalui frekuensi, hal ini tidak menciptakan keterikatan apa pun. Bahkan, jika dilihat dari data, visualisasi tersebut tidak berkontribusi pada peningkatan jumlah pendengar radio, karena audiens radio memiliki karakter yang berbeda dari audiens media sosial. Mereka lebih merasa puas dengan melihat penyiar melalui akun pribadi penyiar atau akun resmi radio itu sendiri.

## **I.5.2 Media Sosial Instagram**

Menurut Atmoko Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada fotografi. Layanan ini diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan berhasil menarik 25 ribu pengguna pada hari pertama, dan juga menjelaskan bahwa nama Instagram berasal dari gabungan kata "instan-telegram". Berdasarkan situs resmi Instagram, aplikasi ini menyediakan cara unik dan menyenangkan untuk berbagi momen kehidupan dengan teman-teman melalui foto-foto. Pengguna dapat mengambil gambar dengan ponsel atau tablet, kemudian menerapkan filter untuk memperindah hasilnya (Atmoko, 2013).

Menurut Bambang, Instagram adalah aplikasi smartphone yang berfokus pada media sosial, termasuk dalam kategori media digital dengan fungsi serupa seperti Twitter. Namun, perbedaannya terletak pada fitur yang memungkinkan pengguna mengambil dan berbagi foto. Selain itu, Instagram bisa memberikan inspirasi dan mendorong kreativitas penggunanya, karena dilengkapi dengan fitur-fitur yang dapat mempercantik, memperindah, dan membuat foto terlihat lebih artistik (Atmoko, 2012:10).

## **I.5.3 Proses Pembuatan Konten**

### **1.5.2.1 Produksi *Design Graphic***

Menurut ahli semiotika visual Sumbo Tinarbuko, desain

grafis, atau yang dikenal juga sebagai desain komunikasi visual, adalah bidang ilmu yang mengeksplorasi konsep komunikasi serta ekspresi kreatif melalui berbagai media visual. Bidang ini mencakup pengolahan elemen-elemen seperti gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi, serta tata letak untuk menghasilkan pesan visual yang komunikatif. Ini menunjukkan bahwa peran desainer grafis bukan hanya sekadar menciptakan karya estetis, tetapi juga memprioritaskan aspek komunikatif dalam penyampaian informasi melalui elemen visual diciptakan (Migotuwio, 2020, hlm. 5)

Kemampuan teknis dan praktis dalam mengoperasikan perangkat lunak desain grafis, seperti Adobe Creative Suite, sangat penting untuk menciptakan karya yang berkualitas profesional dan inovatif. Selain itu, kepekaan terhadap kebutuhan klien dan audiens menjadi aspek krusial dalam menghasilkan desain yang responsif dan sesuai dengan konteks komunikasi. Kreativitas juga berperan sebagai dasar utama dalam merancang solusi visual yang unik dan menarik. Oleh karena itu, keberhasilan dalam bidang desain grafis menuntut perpaduan yang baik dari elemen-elemen ini untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Menurut Widya dalam buku pengantar desain grafis, terdapat beberapa tahap dalam proses perancangan desain grafis (Widya & Darmawan, 2016, hlm.50 - 55)yaitu:

Konsep/Gagasan :

Dalam menemukan ide yang kreatif, diperlukan kegiatan seperti studi banding, memperluas wawasan melalui literatur, diskusi, wawancara, dan metode lainnya, sehingga desain yang dihasilkan dapat diterima secara efektif oleh target audiens dan mampu meninggalkan kesan mendalam yang sulit terlupakan.

Media :

Untuk memenuhi kriteria target yang diinginkan, diperlukan analisis terhadap media yang paling sesuai dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi. Media ini dapat berupa cetak, elektronik, luar ruang, dan lainnya.

Konsep :

Konsep adalah hasil pemikiran yang menetapkan tujuan, kelayakan, serta target yang akan dicapai. Sumber ide untuk konsep ini bisa berasal dari bidang non-grafis, seperti ekonomi, politik, hukum, budaya, dan lain sebagainya.

Persiapan Data dan Perancangan :

Data berupa teks atau gambar perlu disortir dan dipilih dengan hati-hati. Data yang dianggap sangat penting harus ditonjolkan, sementara yang kurang penting dapat ditampilkan dalam ukuran lebih kecil, lebih samar, atau bahkan dihilangkan.

Produksi :

Setelah desain selesai, sebaiknya dilakukan proofing

(peninjauan hasil cetak awal) untuk memastikan warna dan kualitas cetak sesuai. Jika tidak ada kesalahan, desain tersebut siap untuk diperbanyak atau dicetak.

Revisi :

Revisi dilakukan jika terdapat ketidaksesuaian dengan rencana atau ada perubahan tertentu. Dalam tahap revisi ini, sikap dan mentalitas desainer grafis sangat mempengaruhi keberhasilan proses.

Final Artwork (FA) :

Final Artwork (FA) adalah file desain akhir yang sudah disetujui oleh klien untuk tahap produksi cetak. Beberapa hal yang perlu diperhatikan meliputi ukuran artwork, bleed dan crop marks, font (TTF), resolusi/dpi, mode warna, tautan gambar, dan format file (PDF, TIF, JPG).

### **1.5.2.2 Produksi *Videographer***

Menurut (Fred Wibowo, 2007), terdapat tiga tahapan dalam proses produksi sesuai Standard Operational Procedure (SOP), yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

#### **Pra Produksi**

Pra-produksi adalah tahap perencanaan dan pengelolaan strategi serta sistem yang akan digunakan untuk mencapai tujuan produksi. Menurut Rea & Irving dalam (Handoyo, 2019b), fase pra-produksi adalah waktu yang dimanfaatkan untuk

melakukan riset dan mempersiapkan ide, desain, serta seluruh elemen yang diperlukan dalam proses produksi.

#### Produksi

Pada tahap ini, seluruh kru bekerja sama dengan erat untuk mewujudkan segala sesuatu yang telah direncanakan sebelumnya, memastikan setiap detail berjalan sesuai dengan visi awal produksi, sehingga hasil akhirnya siap untuk ditayangkan (Fatmawati, 2018).

#### Pasca Produksi

Dalam tahap pascaproduksi, editor memiliki peran penting dalam mengolah hasil syuting hingga siap untuk ditayangkan. Proses editing mencakup penyuntingan, pemotongan, penyambungan, serta merangkai bagian-bagian rekaman gambar dan suara secara berurutan dan menyeluruh (Latief & Utud, 2015).