

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring berkembangnya waktu, perkembangan dunia *digital* semakin berkembang pesat. Teknologi *digital* banyak digunakan untuk beragam jenis kebutuhan seperti pendidikan dan bisnis. Media sosial menjadi salah satu teknologi di era *digital* yang digunakan untuk mendapatkan informasi serta berbagi informasi secara praktis. Media sosial sangat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari saat ini, karena adanya berbagai macam fungsi yang terdapat didalam media sosial. Diantaranya untuk mengakses informasi, hiburan, dan sarana promosi. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009) dalam Febriyantoro dan Arisandi (2017) kegiatan pemasaran atau promosi termasuk *branding* dengan menggunakan berbagai media berbasis *web*.

Menurut Nasrullah (2015) dalam Setiadi A (2014) terdapat enam macam jenis media sosial yaitu *social networking* (media jejaring sosial), *blog* (jurnal *online*), *micro-blogging* (jurnal *online* sederhana), media *shareing* (media berbagi), *Wiki* (media konten bersama), dan *social bookmarking* (penanda sosial). Semakin berkembangnya media sosial memberikan lebih banyak pilihan bagi masyarakat untuk menggunakan media sosial dengan kebutuhan mereka, diantara jenis media sosial yang paling umum adalah Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook. Adapun tujuan pembuatan konten pada Instagram, Tiktok, dan Twitter adalah untuk memenuhi kebutuhan *audiens* terkait informasi yang akan diberikan (Halvorson, 2009 dalam Ricko dan Junaidi, 2019)

Menurut laporan We Are Social (2022) dalam Mahdi (2022) jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 191 juta orang di bulan Januari 2022. Jumlah pengguna media sosial terus meningkat setiap tahunnya. Diantaranya media sosial Whatsapp dengan presentase 88,7% menjadi media sosial yang paling banyak digunakan *audiens*. Jenis media sosial lain yang paling banyak digunakan adalah Instagram (84,8%) diikuti oleh Facebook (81,3%), TikTok (63,1%) dan Telegram dengan presentase (62,8%). Stasiun televisi Islami Ajwa TV Indonesia adalah salah satu stasiun televisi yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan iklan serta program-program acara televisi islami. Promosi yang dilakukan oleh *social media specialist* Ajwa TV Indonesia adalah dengan mengunggah konten-konten atau iklan program-program acara Ajwa TV. Sebagai sarana promosi yang mengutamakan kepuasan *audiens*, pengelolaan media sosial dalam perusahaan Ajwa TV, harus dikelola secara profesional.

Social Media Specialist adalah profesi yang bertanggung jawab untuk merencanakan, membuat, menciptakan promosi, serta pengelolaan media sosial pada perusahaan. *social media specialist* harus kreatif dalam media sosial dan membuat pengguna media sosial tertarik untuk menonton program acara yang dipromosikan. Membuat pesan atau informasi yang kreatif, dibutuhkan konten-konten yang menarik dan dibuat oleh *social media specialist*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunhkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Social Media Specialist juga harus memikirkan bagaimana cara membuat *audiens* sadar terhadap brand awareness atau yang biasa disebut dengan kesadaran merek (Ferrinadewi, 2008:174). Perkembangan media sosial yang pesat juga mempengaruhi kemampuan beradaptasi dengan *trend* yang begitu cepat berubah-ubah. Penggunaan konten visual, dapat berbicara lebih banyak kepada *audiens* dan cenderung menarik banyak perhatian. Kegiatan promosi yang efektif tidak cukup dilakukan dengan menggunakan kata-kata, tetapi juga membutuhkan penyajian visual yang mencuri perhatian di berbagai media.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini adalah :

- 1) Apa saja media sosial yang digunakan oleh Ajwa TV Indonesia?
- 2) Bagaimana peran *Social Media Specialist* dalam mempromosikan program acara Ajwa TV Indonesia di dalam media sosial?
- 3) Apa saja hambatan yang dihadapi dalam mempromosikan program acara Ajwa TV Indonesia?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka laporan akhir ini bertujuan untuk :

- 1) Menjelaskan media sosial yang digunakan oleh Ajwa TV Indonesia.
- 2) Menjelaskan peran *Social Media Specialist* dalam mempromosikan acara pada media sosial Ajwa TV Indonesia.
- 3) Menjelaskan hambatan pada saat mempromosikan tayangan acara Ajwa TV Indonesia.