

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Radio merupakan media massa yang masih populer hingga saat ini. Menurut Indriyo (2017:9) radio adalah media yang sangat menghibur. Radio juga menjadi media informasi yang efektif untuk menyampaikan informasi penting yang berguna bagi masyarakat. Sebagai media massa, radio termasuk ke dalam media massa elektronik yang dinilai cukup efektif karena memiliki peranan penting dalam penyampaian berbagai informasi kepada masyarakat dengan berita terbaru dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Hidayat (2007:2) Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca, pendengar atau penonton yang akan coba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka. Bentuk dari media massa antara lain adalah media elektronik (televisi dan radio), media cetak surat kabar, majalah, tabloid, buku, dan film).

Morissan (2010:1) menjelaskan istilah “media massa” memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting.

Radio sebagai media massa elektronik mempunyai prinsip utama siaran adalah berimajinasi, membayangkan berbicara kepada seorang pendengar yang duduk di depan kita. Sekalipun radio disebut media buta karena hanya berupa suara, namun suara merupakan instrument penting dalam menimbulkan imajinasi pendengar. Yulia (2010:65) berpendapat bahwa karakteristik terhadap radio sangat diperlukan agar dapat memaksimalkan unsur kelebihan radio. Terdapat lima karakteristik radio yaitu kecepatan, imajinatif, murah, alternatif beragam, dan mobilitas tenaga.

Keberhasilan popularitas suatu stasiun radio menjadi salah satu keuntungan dalam upaya meningkatkan daya tarik di kalangan para pendengarnya. Dengan memuaskan para pendengar maka jumlah kumulatif pendengar yang signifikan tentunya sesuai dengan apa yang diharapkan stasiun radio adalah stasiun radio tersebut mendapatkan rating yang tinggi, dengan rating yang tinggi akan mendatangkan kepada pengiklanan, Menurut Potter (2009:585) dalam penelitiannya bahwa stasiun radio menjual pendengarnya ke para *agency* iklan, dimana *agency* iklan itu mencari radio yang dapat merangkul jumlah pendengar yang paling besar dan sesuai dengan target demografis dan psikografis, dalam jurnal tersebut juga dijelaskan bahwa pengiklan hanya tertarik pada radio yang mempunyai angka pendengar yang tinggi.

Radio harus terus bersaing, tidak hanya dengan sesama radio, juga dengan media lain seperti televisi, media online, dan internet. Sudarma (2012:5) menyatakan bahwa internet juga mempunyai pengaruh besar atas ilmu dan pandangan dunia. Dengan hanya berpandukan mesin pencari seperti google, pengguna di seluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas berbagai macam informasi. Dengan adanya internet tentu menjadikan persaingan yang cukup sulit dialami oleh radio, maka radio perlu menyajikan sebuah program yang

Hak Cipta Dilindungi 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 IPI.

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

berkualitas sehingga dapat meningkatkan daya tarik pendengar kepada stasiun radio tersebut.

Tidak hanya berusaha merebut atau menambah pendengar, radio juga mempertahankan yang ada. Radio perlu mendekati diri dengan pendengarnya bertujuan untuk menumbuhkan kecintaan dan sebuah fanatisme. Untuk mencapai hal tersebut maka perlu suatu kualitas pemancar yang memungkinkan pendengar dapat mendengarkan isi siaran dengan jelas dan nyaman. Dengan hal tersebut maka akan meningkatkan suatu program dan meningkatkan daya tarik *client* untuk bekerjasama dalam periklanan.

Banyak metode dan media yang dapat digunakan untuk membina suatu hubungan dengan khalayak. Radio harus memahami karakteristik para pendengarnya untuk menciptakan hubungan yang baik dengan khalayak. Pengorganisasian khalayak seperti *fans club* melalui kegiatan *off air* seperti *fun bike* dan *family gathering* antara lain bisa meningkatkan hubungan baik dengan khalayak. *Merchandise*, segala bentuk produk yang ditujukan sebagai hadiah, yang diberikan kepada khalayak yang telah mengikuti atau melaksanakan kegiatan tertentu juga bertujuan untuk mengembangkan hubungan agar terbangun ikatan fans setia radio.

Pengembangan hubungan dengan khalayak dapat menggunakan berbagai macam media seperti Media Sosial yang saat ini sangat diminati oleh khalayak. Menurut Nasrullah (2015:13), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media Sosial saat ini sangat potensial dimana media sosial ini sudah memasyarakat. Berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootsuite* pengguna Media Sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Media Sosial cukup efektif dalam penyampaian segala informasi. PT Radio Megaswara Bogor merupakan salah satu stasiun radio yang menggunakan Media Sosial sebagai media komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai program siaran dan periklanan yang masuk. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan hubungan dengan pendengar Radio Megaswara Bogor.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, rumusan masalah yang dikaji dalam laporan akhir ini adalah:

Bagaimana pemanfaatan media sosial untuk promosi di Radio Megaswara Bogor?

Bagaimana pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan hubungan dengan pendengar Radio Megaswara Bogor?

Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pemanfaatan media sosial di Radio Megaswara Bogor untuk promosi dan pengembangan hubungan dengan khalayak

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan penulisan laporan akhir ini sebagai berikut:

1. Menjelaskan pemanfaatan Media Sosial untuk promosi di Radio Megaswara Bogor.
2. Menjelaskan pemanfaatan Media Sosial untuk mengembangkan hubungan dengan pendengar Radio Megaswara Bogor.
3. Menjelaskan kendala yang dihadapi dalam proses pemanfaatan Media Sosial di Radio Megaswara Bogor untuk promosi dan pengembangan hubungan dengan khalayak.

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir adalah diperoleh pada saat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung di PT Radio Megaswara Bogor bertempat di Jl Surya Kencana No 228, Bogor 162126, Jawa Barat, Indonesia. Waktu Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama dua bulan dihitung dari tanggal 7 Januari 2020 sampai dengan 3 Maret 2020.

Data dan Instrumen

Data adalah bahan penting untuk menyusun laporan akhir ini dan menjawab permasalahan yang dirumuskan. Jenis data yang dihimpun untuk Laporan Akhir ini ada dua jenis, yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya seperti data yang berisikan dokumentasi berupa foto, dan proses mengembangkan hubungan dengan para pendengar radio megaswara bogor dengan bentuk uraian verbal.

Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung seperti gambaran umum radio megaswara, pemanfaatan dari Media Sosial sebagai media promosi di Radio Megaswara Bogor, mengembangkan hubungan dengan pendengar Radio Megaswara Bogor, dan kendala yang dihadapi dalam proses pemanfaatan Media Sosial.

Instrumen adalah alat yang digunakan dalam pengumpulan data seperti daftar pertanyaan wawancara, kuesioner, kamera photo untuk pengambilan sebuah gambar dokumentasi, perekam suara untuk wawancara, tabel untuk pengisian data.