

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia tidak pernah lepas dari komunikasi, karena kodrat manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat pula umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan (Sitorus 2020:32). Zaman semakin maju, manusia semakin lekat dengan teknologi dan ilmu pengetahuan, hal tersebut juga menghasilkan perkembangan dalam cara penyampaian pesan yang semakin canggih mengikuti perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan tersebut memunculkan kehadiran media baru. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, *computer*, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke 20. Teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak (Sutopo *et al.* 2019:130).

Gaya hidup praktis semakin dikenal dan banyak menghiasi kehidupan manusia modern saat ini. Internet merupakan jawaban dari kehidupan praktis tersebut. Internet menyediakan segalanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan mempercepat pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi internet mendorong semakin maraknya penggunaan media sosial sebagai medium komunikasi. Media sosial merujuk pada adanya teknologi digital, jejaring sosial, serta menekankan pada adanya interaksi diantara pengguna (Rachmawati 2021:46).

Media sosial merupakan salah satu inovasi menggunakan internet. Pengguna media sosial semakin meningkat, seiring dengan tumbuhnya pengguna internet dan perangkat komunikasi bergerak. Data *We are social* Hootsuite yang dirilis januari 2020 menyatakan dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272,1 juta jiwa, 175,4 juta diantaranya diketahui menggunakan internet, dan 160 juta pengguna internet tersebut merupakan pengguna aktif media sosial.

Kekuatan media sosial menjadi perhatian semua sektor bisnis, termasuk televisi hiburan maupun televisi berita (Rachmawati 2021:56). Televisi adalah media yang mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak, pandangan dan warna secara bersamaan sehingga mampu menstimuli indera pendengaran dan penglihatan (Nugroho & Santoso 2019:62). Akibat semakin meningkatnya pengguna media sosial banyak perusahaan atau lembaga yang mulai merambah dunia media sosial, salah satunya adalah TVRI Nasional.

TVRI Nasional merupakan salah satu stasiun televisi di Indonesia yang juga memanfaatkan dan menyesuaikan diri dengan media sosial. Televisi Republik Indonesia atau yang disingkat dengan TVRI merupakan lembaga penyiaran pertama di Indonesia dan berdiri pada tanggal 24 Agustus 1962, TVRI mengembantugas sebagai televisi yang mengangkat citra bangsa melalui penyelenggaraan penyiaran peristiwa yang berskala internasional, mendorong kemajuan kehidupan masyarakat serta sebagai perekat sosial. TVRI Nasional saat ini sedang berada di massa transisi menjadi televisi yang lebih kreatif dari sebelumnya

Beragam cara dilakukan untuk mengubah TVRI Nasional menjadi televisi yang lebih kreatif dari sebelumnya maka harus terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman, salah satunya adalah ke ranah media sosial yang sedang



digandrungi oleh semua orang. Hal tersebut dilakukan untuk tetap merambah para penonton setia TVRI Nasional dan mengubah pandangan masyarakat tentang TVRI Nasional yang sebelumnya terkesan kolot dan kaku, kini menjadi televisi yang lebih kreatif dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Peran Admin media turut andil dalam mengubah image TVRI Nasional menjadi televisi yang lebih kreatif dari sebelumnya, karena Admin media sosial berperan penting sekaligus yang bertanggung jawab dengan segala aktivitas yang terjadi melalui media sosial.

Peran dari Admin media sosial terkadang masih dianggap sebelah mata dan terkesan diremehkan karena tugas yang dilakukan oleh Admin media sosial terasa mudah, kenyataannya Admin media sosial memiliki andil yang besar karena beradadi tahap akhir sebelum konten dipublikasikan, maka harus memiliki ketelitian yang tinggi karena akan dipublikasi ke khalayak luas. Hal-hal yang dipublikasikan di media sosial pun harus sesuai dengan khalayak pasar dan mengikuti apa yang sedang tren saat ini. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri dan membutuhkan banyak inovasi baru untuk menyita perhatian publik.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh TVRI Nasional?
- 2) Bagaimana peran admin media sosial dalam mempublikasi konten di TVRI Nasional?
- 3) Apa hambatan dan solusi dalam mempublikasi konten di media sosial TVRI Nasional?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dirumuskan beberapa tujuan sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh TVRI Nasional
- 2) Menjelaskan peran admin media sosial dalam mempublikasi konten di TVRI Nasional
- 3) Menguraikan hambatan dan solusi dalam mempublikasi konten di media sosial TVRI Nasional

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dalam penyusunan Laporan Akhir ini diperoleh pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung di TVRI Nasional yang terletak di Jl. Gerbang Pemuda No. 8, RT 01 RW 03, Gelora Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu pengumpulan data berlangsung selama dua bulan terhitung sejak tanggal 1 Maret sampai dengan 30 April 2021. Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat, dimulai pukul 08.00 sampai dengan 16.00 WIB.

