



1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan penggunaan media sosial di era digital memiliki peran penting dalam aktivitas komunikasi. Tidak dapat dipungkiri hadirnya media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Menurut Nuryanto (2012:1) Perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat berkembang salah satu buktinya dengan mudahnya kita dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun dengan jaringan internet tersebar luas di mana-mana, dalam sumber. Setiap instansi memerlukan media sosial agar dapat terus berkomunikasi dengan khalayak luas.

Media sosial memiliki sejumlah kelebihan antara lain kemampuan menembus batas waktu, wilayah dan ruang, memperluas akses memperoleh informasi global dan memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran. Hal ini sesuai dengan pendapat McQuail (2010:141) bahwa *new media* memiliki ciri, yaitu, digitalisasi dan konvergensi pada semua aspek media interaktif dan konektivitas yang tinggi, mobilitas pengiriman dan penerimaan informasi yang cepat, adaptasi publikasi dan peran baru khalayak, menjadi *gateway* untuk bisa mengakses informasi, kaburnya institusi media yang selama ini dilembagakan pada media sosial.

Media sosial merupakan bagian dari media *online*, dimana para penggunanya dapat dengan mudah ikut berpartisipasi, berbagi dan menciptakan konten yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan oleh setiap individu tetapi digunakan untuk kepentingan sebuah organisasi atau institusi untuk membangun hubungan baik dan menyampaikan informasi kepada publik. Media sosial memiliki potensi besar dalam proses penyebaran informasi kepada publik. Peran penting dalam hal reputasi instansi, kepercayaan dan informasi yang diberikan kepada publik. Media Sosial digunakan sebagai alat komunikasi publik Lembaga Penyiaran Publik TVRI secara organisasi baik eksternal maupun internal. Penggunaan sosial media sebagai *corporate communication* dapat memudahkan untuk menentukan target audiens yang dituju secara lebih akurat dengan biaya yang lebih murah. Kekuatan 30 stasiun daerah yang masing-masing memiliki channel media sosial, TVRI memiliki potensi besar dalam publikasi suatu konten maupun informasi kepada publik.

Tentunya dalam menggunakan media sosial diperlukan pemahaman terkait dengan karakteristik media sosial dan bagaimana mengelolanya agar betul-betul efektif mencapai target sasaran. Media sosial saat ini diramaikan dengan hadirnya beberapa platform seperti youtube, Instagram, Facebook hingga TikTok yang saat ini tengah menjadi tren di masyarakat sebagai salah satu media publikasi yang dipandang efektif karena mampu menyajikan informasi secara menarik melalui tayangan video yang bisa dikemas sesuai dengan kebutuhan.

Melihat perkembangan saat ini, TikTok menjadi salah satu media sosial yang dipilih oleh TVRI sebagai media informasi publik, mengingat saat ini TVRI sedang melakukan *rebranding* yang menysasar generasi Z dengan rentang usia 14 sampai 24 tahun dan kalangan milenial dengan rentang usia 24 sampai 39 tahun. Pada laporan akhir ini menarik untuk melihat bagaimana pengelolaan media sosial TikTok TVRI sebagai media publikasi terhadap program-program acara dan juga informasi yang dibutuhkan dan mewujudkan komunikasi interaktif dengan masyarakat luas. Selain itu, penggunaan TikTok dimanfaatkan sebagai media publikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Menurut Nasrullah (2015:19) informasi menjadi entitas penting dari media sosial sebab tidak seperti media-media lainnya di Internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Akun media sosial TikTok TVRI mengunggah konten setiap hari dengan tahap-tahap dalam tiap produksinya dibantu oleh Tim Komunikasi yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial TikTok. TVRI memiliki strategi dalam mengelola media sosial TikTok sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan memberikan tanggapan yang positif dengan khalayak.

TVRI memiliki Divisi Tim Komunikasi TVRI yang bertugas untuk mengelola media sosial TikTok. Tim Komunikasi TVRI mengelola TikTok TVRI dengan menyajikan konten video visual berisi informasi dan publikasi mempermudah khalayak mendapatkan informasi yang relevan dengan perusahaan. Pengelolaan media sosial dilakukan oleh Tim Komunikasi agar proses penyampaian informasi dapat diterima dengan baik dan membangun interaksi masyarakat dengan perusahaan. Tim Komunikasi TVRI melalui beberapa tahapan dalam memaksimalkan pengelolaan media sosial agar tujuan penyampaian informasi dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis memilih laporan akhir Pengelolaan Media Sosial TikTok TVRI sebagai Media Publikasi. Pengelolaan media sosial harus memiliki tahapan dalam penyampaian informasi kepada khalayak.

1.2 Perumusan masalah

Berdasar uraian latar belakang diatas, perlu ada ruang lingkup yang membatasi pembahasan masalah pada Laporan Akhir ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tahapan pengelolaan media sosial TikTok di LPP TVRI?
2. Bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok di LPP TVRI?
3. Apa saja hambatan dan solusi yang dilakukan dalam pengelolaan media sosial TikTok LPP TVRI?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan laporan akhir ini adalah :

1. Untuk menjelaskan tahapan pengelolaan media sosial TikTok di LPP TVRI.
2. Untuk menjelaskan pemanfaatan media sosial TikTok di LPP TVRI.
3. Untuk menjelaskan hambatan dan solusi yang dilakukan dalam pengelolaan media sosial TikTok LPP TVRI.

