



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Informasi merupakan salah satu kebutuhan yang hampir semua manusia butuhkan. Menurut Batley (2007) Manusia tentu akan selalu mencari informasi demi membekali dirinya untuk berbagai hal yang dia jalani. Dalam konteks ilmu informasi, ketidaktahuan atau kekurangan informasi, pemahaman akan suatu tujuan, jawaban dan banyak faktor lainnya yang dapat menyebabkan manusia itu sendiri sadar akan mengenai kebutuhan informasi.

Untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut, banyak cara yang bisa dilakukan manusia. Salah satu cara yang paling mudah adalah dengan melihat media-media yang sudah ada. Mulai dari media koran, radio, televisi, hingga daring. Saat ini media massa semakin tak ingin tertinggal dengan pembaca maupun pendengarnya. Mereka terus berinovasi agar masyarakat bisa semakin cepat memperoleh informasi. Dengan perkembangan internet yang semakin menguasai lini kehidupan masyarakat, media massa mulai mengambil kesempatan baik ini. Jauh sebelum internet menjadi gaya hidup masyarakat modern, media massa hanya tampil dalam bentuk media konvensional dan media penyiaran.

Menurut Fa'alul Khoirul K (2017) Media massa saat ini sering dijumpai dalam bentuk website, blog, jejaring sosial dan lain sebagainya. Bahkan mereka juga tampil di berbagai media sosial (medsos) seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram* dan lain sebagainya dengan menampilkan judul yang sekali klik akan memandu kita ke website media online tersebut. Semua itu dilakukan oleh media massa agar masyarakat dapat mengakses informasi baik dalam berita maupun hiburan secara cepat dan aktual melalui smartphone dan laptop. Disini penulis hanya membahas salah satu media sosial yaitu *Facebook*.

Facebook tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, *Facebook* juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat.

Promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. Ada berbagai macam cara untuk mempromosikan produk melalui media sosial salah satunya *Facebook*, yaitu membuat konten kreatif, memposting informasi dengan menggunakan clickbait, konten *youtube* community, *native ads*, membuat backlink, dan lain sebagainya.

Berita online (online news) adalah jenis baru berita setelah berita yang tersaji di media cetak (koran, majalah) dan media penyiaran (radio, televisi) (Romaltea, 2019) Karena kini eranya berita online, maka media cetak banyak yang berguguran dan hanya beberapa yang bertahan seiring bermunculannya situs berita (news site), media siber (cyber media), atau surat kabar daring (online news paper).

Kelebihan berita online yang tidak ada di media konvensional adalah tautan (link) atau hipertaut (hyperlink). Agar link tersebut dapat sering diakses oleh masyarakat atau pembaca, maka strategi dan teknik penulisan yang dilakukan adalah dengan membuat judul berita online yang bombastic, membuat penasaran, mampu menarik perhatian, atau bahkan membuat pembaca merasa bingung sehingga membuat pembaca penasaran untuk membaca atau meng-klik berita tersebut.

Media akhirnya berlomba-lomba menghasilkan produk berupa berita yang lebih mencolok. Clickbait menjadi salah satu alternatif pilihan yang banyak media gunakan untuk memenangkan persaingan. Penggunaan clickbait telah menjadi hal yang lazim terjadi dan digunakan di dunia media sosial. Clickbait sendiri merupakan bentuk konten website pada judul sebuah konten, menggunakan tata bahasa bertujuan memancing para pembaca agar mengunjungi atau meng-klik tautan (link) konten yang disajikan. Clickbait bertujuan untuk meningkatkan jumlah klik di satu website, sehingga dengan banyaknya kunjungan, maka akan meningkatkan pendapatan pula pada media tersebut.

Perkembangan teknologi informasi di jaman sekarang ini, sudah ada media streaming TV yang menjadi salah satu hal yang di sukai. Media streaming juga banyak tersedia salah satunya adalah RCTI Plus atau RCTI+ yang merupakan platform streaming ketiga yang di keluarkan oleh MNC group. RCTI Plus adalah media streaming dari TV RCTI, sehingga pemirsa setia RCTI bisa menonton ulang di RCTI Plus. MNC group juga memiliki beberapa chanel – chanel seperti MNCTV, GTV, dan iNews yang bisa berulang untuk menonton chanel ini melalui RCTI Plus.

Divisi yang ada pada PT. MNC Digital Indonesia atau RCTI+ salah satunya adalah divisi *Promotion* RCTI+. Divisi ini bekerja membuat atau memproduksi konten-konten yang akan diolah oleh platform RCTI+. Salah satunya memproduksi *clickbait* berita yang akan dikemas dan diposting di akun sosial media facebook RCTI+. Tidak hanya itu, divisi *promotion* juga membuat konten news youtube untuk di kemas dan diposting di akun Youtube Community RCTI+.

Streaming media ini memiliki konten video atau audio yang dikirimkan dalam bentuk terkompresi melalui internet dan bisa langsung diputarkan daripada di simpan ke hard drive, sehingga seseorang yang menggunakan media streaming seperti RCTI Plus ini tidak perlu lagi mendownload file untuk memutarnya. Karena media ini di kirim dalam aliran data yang berkelanjutan dan bisa di putarkan saat di terima. RCTI Plus tersedia gratis di perangkat Android, sehingga bisa menonton film serial, melihat video menarik, update berita terbaru, mendengarkan radio menarik, ikut audisi bakat, serta main games seru hanya dalam satu aplikasi dimanapun dan kapanpun. Aplikasi ini memiliki 5 fitur unggulan seperti video, news, radio+, HOT (*Home Of Talent*), dan games yang bisa di nikmati dan bermacam hiburan yang bisa dinikmati.

Perumusan masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana deskripsi media sosial *Facebook* sebagai media pemasaran atau digital promotion RCTI+?





- 2) Bagaimana manfaat, kelebihan dan kekurangan promosi dalam media sosial *Facebook* RCTI, GTV, MNCTV pada divisi digital promotion RCTI+?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi yang dialami divisi digital promotion RCTI+ dalam media sosial *Facebook* RCTI, GTV, dan MNCTV?

Tujuan Tugas Akhir

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini memiliki tujuan diantaranya:

- 1) Menjelaskan deskripsi media sosial *Facebook* sebagai media pemasaran atau digital promotion RCTI+.
- 2) Menjelaskan manfaat, kelebihan, dan kekurangan promosi dalam media sosial *Facebook* RCTI, GTV, dan MNCTV pada divisi digital promotion RCTI+.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami divisi digital promotion RCTI+ dalam media sosial *Facebook* RCTI, GTV, dan MNCTV.

