

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan manusia mengonsumsi informasi sangat besar. Manusia memerlukan media sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, salah satunya dengan komunikasi massa. Komunikasi massa menurut Bittner dalam Rakhmat (2019) Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Menurut Gerbner dalam Rakhmat (2019) Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang berkelanjutan serta paling luas dibagikan dalam masyarakat industri. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa komunikasi massa itu adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern yang mampu menyampaikan pesan secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas. Komunikasi massa memerlukan sarana media massa sebagai pengantar pesan yang disampaikan. Media massa adalah suatu alat untuk menyampaikan komunikasi antara sumber informasi dan manusia. Media massa seperti koran, majalah, buku, radio, dan televisi membantu memperbanyak, menduplikasi, atau memperkuat pesan untuk disebarkan kepada khalayak yang lebih besar (Ruben dan Stewart 2018). Dalam penerapannya Media massa merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia, karena media massa merupakan salah satu sumber informasi yang didapatkan manusia. Media massa memegang peranan penting pada salah satu fungsi komunikasi yaitu, mendapatkan, menghibur dan memberikan informasi kepada khalayak luas.

Salah satu media massa yang termasuk dalam komunikasi massa adalah radio siaran. Radio adalah salah satu media massa yang bersifat audio, sehingga pendengar hanya bisa mendengar informasi bukan melihat visual melalui layar. Menurut Arifin (1984) Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya atau terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur dan isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Fungsi dari radio sendiri adalah sebagai, edukasi, hiburan, dan informasi. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang auditif, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan pendengar berupaya memvisualisasikan suara penyiarannya. Radio menciptakan imajinasi (*theatre of mind*) bagi para pendengarnya dan mudah sekali untuk menjadi akrab dengan para pendengarnya. Karakteristik radio siaran, antara lain: auditori (untuk didengar), isi siaran sepintas lalu dan tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan sinyal (*fading*). Radio memakai gelombang elektromagnetik untuk menciptakan komponen suara yang dikirim ke berbagai wilayah yang dijangkau oleh jaringan tersebut.

Dewasa ini semakin pesatnya perkembangan media, radio yang merupakan media massa yang terbilang tua, tentunya mereka harus beradaptasi dengan berkembang pesatnya teknologi. Radio sebagai media massa yang memberikan informasi harus bersaing ketat dengan media baru internet yang semakin masif. Salah satu caranya yaitu dengan memadupadankan antara Siaran Radio dengan media sosial masa kini seperti youtube, Instagram, tiktok dan lain-lain. Media sosial merupakan alat untuk memberikan sebuah informasi tertentu mengenai hal yang ingin diberikan kepada khalayak luas. Menurut Decker (2020) bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



sama lain. Dari pernyataan diatas media sosial adalah alat digital guna membuat interaksi dalam dunia digital antara seseorang dengan yang lainnya. Oleh karena itu Radio juga harus memiliki divisi yang mengatur arus lalu lintas pembuatan, pemantauan, evaluasi konten media sosial untuk menaikkan rating dari program-program yang disiarkan di radio, dan juga menarik pendengar.

Salah satunya ialah Ardan Group, Ardan Group adalah perusahaan jaringan stasiun radio. Ardan Group terdiri dari 3 stasiun radio terkenal di Bandung, yang masing-masing memiliki segmentasi yang berbeda. Radio Ardan 105,9 FM untuk pendengar muda, B-Radio 95,6 FM untuk pendengar perempuan, dan Radio Cakra 90,5 FM untuk pendengar umum yang menyukai musik dangdut. B-Radio merupakan satu-satunya radio perempuan di Kota Bandung, dengan frekuensi 95.6 FM dan segmentasi pendengar perempuan atau wanita berusia 15 tahun sampai dengan 39 tahun. Menurut hasil survey Nielsen, pada tahun 2020 total pendengar B-Radio mencapai 33.000 dengan pendengar terbanyak di usia 30-39 sebesar 33 persen dengan peraihan 67 persen pada kelas ekonomi menengah dan profesi terbanyak pada Wanita karir. Dalam hal ini B-Radio ingin menjadi Radionya Perempuan Bandung, serta menjadi tempat promosi paling tepat bagi pengiklan yang menginginkan perempuan, keluarga serta pasangannya sebagai target market. Seiring berjalannya waktu teknologi yang semakin berkembang B-Radio sangat membutuhkan sarana untuk menarik pendengar dan membantu para pengiklan menjadi tempat promosi, oleh karena itu perlu adanya media sosial guna mencapai tujuan dari B-Radio. Media sosial menjadi sarana pendukung yang sangat menjanjikan pada masa ini, oleh karena itu perlu adanya proses produksi konten media sosial.

Produksi merupakan proses terjadinya program acara yang dilakukan secara tim. Produksi dibagi melalui tiga tahap, mulai dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pembuatan konten media sosial yang dilakukan divisi media sosial B-Radio melewati serangkaian tahapan-tahapan dalam perumusan ide, pembuatan desain dan pendistribusiannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis mempunyai beberapa rumusan masalah dalam laporan akhir ini diantaranya :

1. Apa saja peran media sosial di B-Radio Bandung?
2. Bagaimana proses produksi konten media sosial yang dilakukan Divisi Media Sosial B-Radio Bandung?
3. Apa saja hambatan dan solusi dalam proses produksi konten media sosial yang dialami oleh Divisi Media Sosial B-Radio Bandung?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penulis mempunyai tujuan yang bersangkutan dengan rumusan masalah tersebut. Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini di antaranya:

1. Mengetahui peran media sosial di B-Radio Bandung
2. Mengetahui proses produksi konten media sosial yang dilakukan Divisi Media Sosial B-Radio Bandung
3. Mengetahui hambatan dan solusi dalam proses produksi konten media sosial yang dialami oleh Divisi Media Sosial B-Radio Bandung