

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial tidak hanya digunakan untuk interaksi sosial pribadi, tetapi juga memiliki peran yang signifikan dalam konteks komunikasi organisasi dan instansi publik. Salah satu sektor yang telah memanfaatkan media sosial dengan baik adalah Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan khususnya adalah Jb Radio. Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan adalah sebuah lembaga atau unit dalam suatu pemerintahan atau organisasi yang bertanggung jawab atas pengembangan, pengelolaan, dan penerapan teknologi komunikasi dan pendidikan. Jb radio merupakan radio streaming BTKP DIY yang dikemas secara edutainment, dengan memberikan layanan informasi yang dipadukan dengan hiburan yang mendidik.

Media sosial semakin banyak digunakan oleh kalangan masyarakat mulai dari perusahaan, organisasi hingga instansi pemerintah. Fitur aplikasi media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan dengan publik. Media sosial sendiri merupakan media baru yang berkembang hingga pada saat ini yang penggunaannya lebih mudah dan praktis. Hingga saat ini banyak manusia menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi melalui internet daripada bertatap muka langsung, hal ini dilakukan karena lebih efisien dalam menjalani aktivitas sehari-hari.¹

Perkembangan media sosial sendiri akan menciptakan peluang yang baik bagi perkembangan industri pada khususnya di Indonesia juga sangat mendukung efektivitas

¹ Sarasati, A., & Dewi, R. (2022). Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram@ pupukujang Sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 785-803

dan efisiensi usaha besar dan wirausaha baru. Penciptaan media menggunakan internet sebagai platform pemasaran, penerbitan dan komunikasi untuk memperoleh informasi dari sumber lain terutama dengan menggunakan jejaring sosial pada khususnya Instagram.²

Instagram adalah platform yang sepenuhnya visual. Berbeda dengan Facebook yang mengandalkan teks dan gambar atau Twitter yang hanya mengandalkan teks, satu-satunya tujuan Instagram adalah memungkinkan pengguna berbagi gambar atau video dengan audiensnya. Sebagai media komunikasi yang banyak digunakan untuk menyebarkan informasi sendiri memberikan sebuah gambaran dari suatu perusahaan atau lembaga dalam menyebarkan informasi terkait. Berdasarkan data Indonesia.id, ada 116,16 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023. Jumlah tersebut meningkat 6,54% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 109,03 juta pengguna.³



Gambar 1.1 Data pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>

² Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.

³ Data Indonesia.2023. Ada 116,16 Juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023> diakses pada tanggal 13 November 2023

Tujuan utama dalam penyebaran informasi melalui instagram adalah untuk meningkatkan kualitas layanan publik, mendukung perkembangan masyarakat, dan memperkuat citra instansi tersebut, dengan data yang ada maka penyebaran informasi melalui instagram lebih efektif. Dalam kaitannya penyebaran informasi dan citra positif adalah penyebaran informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan masyarakat membutuhkan informasi tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Sehingga secara langsung pun jbradio telah memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan sekaligus mempertahankan citra positifnya.

Dalam penyebaran adanya beberapa proses program kerja yang dilaksanakan melalui media sosial instagram yang dilakukan lembaga Jb radio dalam mempertahankan citra instansi. Dalam proses program kerja tersebut juga selalu di update melalui media sosial instagram.

Menurut Drula Instagram dapat menjadi media yang efektif dalam melakukan penyebaran informasi yang bersifat jurnalistik dan dapat menjadi media promosi yang efektif.⁴

Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan (Balai Tekkomdik) Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu unit pelaksana teknis Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga DIY yang memiliki tugas menyelenggarakan pengembangan, produksi, dan layanan pembelajaran serta komunikasi pendidikan. JOGJA BELAJAR, jogjabelajar.org, adalah salah satu layanan utama yang dikelola oleh Balai Tekkomdik dalam mendukung pemanfaatan TIK untuk pembelajaran. Kegiatan pokok lainnya adalah produksi media

⁴Ikhsan, M. R., & Irhandayaningsih, A. (2022). Penyebaran Informasi Kecelakaan Lalu Lintas pada Akun@infokejadiansemarang melalui Instagram. Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 6(3), 279-292.

pembelajaran berbasis TIK, dan bimbingan teknis untuk meningkatkan kompetensi guru/tenaga pendidikan dalam pemanfaatan TIK.

Media sosial yang sering digunakan Lembaga ini dalam meningkatkan citra instansi adalah media sosial Instagram, Youtube, dan Tiktok. Dalam hal ini media sosial yang akan peneliti teliti ialah media sosial Instagram (@jbradiojogja). Fokus penelitian ini Instagram @jbradiojogja yang mana akun media sosial ini yang lebih aktif digunakan dalam penyebaran informasi dibandingkan dengan Youtube dan Tiktok. Menjadi salah satu media teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini. Instagram sendiri merupakan bentuk komunikasi yang relatif baru dengan *updates* dimana dapat mempermudah pengguna untuk membagikan informasi. Cara mudah menggunakan aplikasi Instagram memungkinkan pengguna menggunakan Instagram sebagai penyedia informasi untuk memenuhi kebutuhannya.⁵

Pemanfaatan instagram sebagai sarana informasi edukasi merupakan fenomena baru dalam penggunaan jejaring sosial, nyatanya jejaring sosial terus berkembang dan sangat populer di kalangan remaja masa kini. Kaitan dalam pembentukan citra instansi adalah dalam media sosial Instagram dapat dapat mempermudah masyarakat untuk mengenal Lembaga Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan. Program kerja yang sudah direncanakan dijalankan dengan baik dan mendapat respon baik oleh masyarakat secara langsung maupun dari tanggapan media sosial Instagram @jbradiojogja.

Jogja belajar merupakan salah satu contoh layanan diharapkan mampu memberikan dan memenuhi kebutuhan masyarakat atas materi-materi pembelajaran yang bersifat online, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses materi – materi atau konten yang

⁵ <https://btkp-diy.or.id/> diakses pada tanggal 13 November 2023

tersedia di Jogjabelajar. Portal Jogjabelajar terbagi dalam beberapa layanan strategis. Layanan strategis tersebut adalah JB Media, JB TV, JB Radio, JB Budaya, dan JB Class.

Banyak kegiatan yang dilaksanakan oleh Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY yang mana tidak hanya sampai pada kegiatan yang bersifat online saja, tapi ada kegiatan lain yang mengharuskan kru dari pada Lembaga ini untuk turun langsung ke lapangan. Segala bentuk kegiatan yang didokumentasikan akan di publish melalui akun Instagram @jbradiojogja.

Dalam mendapatkan data yang diinginkan Jb radio merupakan instansi yang sudah diketahui sebelumnya sehingga lebih memudahkan peneliti dalam meneliti rumusan masalah yang sudah ditemukan sebelumnya. Urgensi atau nilai penting dari penelitian ini merupakan bagian penting yang erat kaitannya dengan Public Relation dalam proses kerja yang langsung memanfaatkan sosial media Instagram untuk merubah pola public relation dalam meningkatkan citra instansi.⁶

⁶ <https://btkp-diy.or.id/> diakses pada tanggal 13 november 2023

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

Bagaimana Pengelolaan Media Sosial Instagram @jbradiojogja Sebagai Media Penyebaran Informasi Dalam Mempertahankan Citra Radio Jogja Belajar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya sebagai berikut :

Untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram @jbradiojogja Sebagai Media Penyebaran Informasi Dalam Mempertahankan Citra Radio Jogja Belajar.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Praktis

Diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi bagi Balai Teknologi komunikasi Pendidikan DIY sebagai media penyebaran informasi dalam meningkatkan citra instansi (Studi terhadap akun media sosial Instagram @jbradiojogja).

1.4.2. Akademis

- a. Agar dapat menjadi referensi dan rujukan bagi penulis selanjutnya tentang bagaimana pengolahan akun media sosial instagram pada Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY
- b. Agar dapat menambah wawasan yang luas terkait bagaimana pengelolaan akun media sosial instagram pada Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Hakikatnya dalam sebuah penelitian adanya pijakan dan dasar filosofis yang dapat memberikannya makna, tujuan hingga metodenya. Paradigma merupakan cara memvisualisasikan atau melihat sesuatu yang hidup dalam diri manusia dan mempengaruhinya juga realitas di sekitarnya. Paradigma penelitian ini sebenarnya merupakan kerangka pikir dan pandangan peneliti terhadap suatu realitas kehidupan sosial. Menurut Guba dan Lincoln paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian.⁷

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini ialah paradigma kualitatif. Paradigma ini biasanya dipadu padankan dengan pendekatan kualitatif yang lazimnya digunakan oleh ilmu sosial. Paradigma kualitatif menekankan pada masalah yang diselidiki dengan pemahaman dan perilaku manusia secara komprehensif. Paradigma ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai pengumpulan data.

1.5.2 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Dimana metode kualitatif ini merupakan Penelitian yang dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi.

⁷ Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. Hikmah, 14(1), 62-70.

Yang menjadi ciri mendasar dari penelitian kualitatif ini adalah keterlibatan dan interaksi dengan realitas yang diamati peneliti terhadap pengelolaan akun media sosial. Oleh karena itu, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survei kemudian diinterpretasikan. Hal yang sering kali terjadi pada peneliti kualitatif adalah lepasnya kontrol untuk menjaga sikap dan statusnya ketika peneliti terjun ke lapangan.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah strategi penelitian dimana peneliti mempelajari peristiwa, fenomena dalam kehidupan individu dan meminta seseorang atau sekelompok individu menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian dirilis oleh peneliti dalam kronologi deskriptif.⁸

Menurut Neuman Metode kualitatif seperti halnya metode-metode penelitian lainnya, dipagari dengan etika penelitian. Perlu disampaikan bahwa dalam setiap penelitian, peneliti dihadapkan pada dua sikap profesional yang harus melekat. Sikap pertama adalah pengetahuan yang mencukupi untuk memahami teknik-teknik penelitian. Sikap kedua adalah sensitivitas pada aspek etika dalam melakukan penelitian.⁹

1.6 Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah sumber data yang secara langsung diberikan kepada pengumpulan data. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi secara

⁸ Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiro. Metode Penelitian Kualitatif, Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019. hlm. 9

⁹ Somantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57-65.

langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview dan observasi. ¹⁰Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara kepala Divisi dan karyawan dalam Perusahaan tersebut.

1.6.2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

1.6.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian mengarah pada sekelompok atau individu, objek ataupun fenomena yang menjadikan fokus dari penelitian ini. Tujuan penelitian dan metode penelitian dapat berpengaruh terhadap subjek penelitian.

Narasumber yang dimintai informasi ini adalah narasumber yang dapat memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Merupakan admin dari Instagram @jbradiojogja serta yang terlibat langsung dalam bagian informasi
2. Merupakan bagian program director yang mengurus segala kegiatan di Jbradio maupun kegiatan seperti kunjungan sekolah dan relasi terhadap narasumber yang akan diundang sebagai pembawa materi.
3. Bagian pengisi konten yang merupakan bagian terpenting juga dalam jbradio sebagai penyiar yang dapat berinteraksi dengan para audiens.

¹⁰ Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpres.hal 2

Narasumber yang dimintai informasi dalam penelitian ini memiliki hubungan langsung dengan Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Dalam Mempertahankan Citra Jogja Belajar. Subjek dalam penelitian ini adalah staf atau admin dari Instagram @jbradiojogja serta yang terlibat langsung dalam bagian informasi. Subjek dari penelitian ini telah memenuhi kriteria bahwasannya adalah kepala dan staf dari Balai Teknologi Komunikasi DIY yang langsung berkaitan dengan pengelolaan media sosial @jbradiojogja sebagai media penyebaran Informasi publik dalam mempertahankan citra instansi. Ada 3 Narasumber yang akan dimintai informasi yaitu Sulis setyaningsih S.I. Kom , M.I.Kom Program director JBRadio, Fatih Oktika Ulfah Amd, Pengelola sosmed Jbradio, Penyiar Ria Purnamasari SIP.

1.6.4. Objek Penelitian

Objek penelitian berlokasi Di Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan yang beralamat di Jl. Kenari No.2, Semaki, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jogja belajar sendiri memiliki bebrapa akun media sosial sebagai penyebaran informasi. Peneliti hanya memfokuskan pada akun media sosial Instagram @jbradiojogja sebagai objek penelitian. Dalam penyebaran informasi akun instagram @jbradiojogja paling sering digunakan. Hingga sekarang pengikut instagram @jbradiojogja sekitar 6,2 ribu per tanggal 22 November 2023.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Moehar pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pada umumnya, data yang dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan eksploratif, juga untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Oleh karena itu data yang didapatkan atau yang sudah dikumpulkan dalam penelitian ini adalah

data primer dan data sekunder.¹¹Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara terhadap para informan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Untuk itu peneliti secara individu atau secara langsung terjun ke lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti.

1) Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara merupakan cara yang banyak digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan peneliti sehingga metode ini sangat populer. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subyek penelitian.¹² Wawancara baik dengan struktur maupun tidak terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan baik yang sudah menyiapkan pertanyaan yang diajukan secara langsung sesuai alur yang sudah disiapkan.

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara ini biasanya diikuti dengan kata kunci, agenda, atau daftar topik yang akan dibahas selama wawancara. Jenis wawancara ini bersifat fleksibel dan peneliti dapat memantau minat dan pemikiran narasumber. Pewawancara bebas mengajukan pertanyaan berbeda kepada narasumber dalam urutan apapun berdasarkan tanggapannya. Metode ini bisa saja memunculkan pertanyaan baru karena respon yang diberikan oleh narasumber. Hal ini dapat diikuti, namun peneliti juga mempunyai agenda tersendiri, khususnya tujuan penelitian yang ada dalam pikirannya dan pertanyaan spesifik yang akan peneliti gali. Namun, arahan dan kendali peneliti terhadap wawancara sangat minim.

¹¹ Irawati, F., Meishanti, O. P. Y., & Wulandari, A. (2020). Analisis Video Pembelajaran Hasil Praktikum pada Matakuliah Mikrobiologi. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 3(4), 6-12

¹² Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2018). Analisis strategi promosi dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 4(2).

Seringkali, terdapat perbedaan hasil wawancara untuk setiap narasumber, namun sejak awal biasanya dapat diperoleh dari berbagai pola. Peserta dapat leluasa menyikapi, baik isi maupun durasi pameran, sehingga dapat diperoleh informasi yang detail dan mendalam.¹³

2) Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam hal ini fokus penelitian yang diteliti adalah penerapan strategi bersaing yang terdapat diterapkan pada perusahaan terkait. Untuk observasi peneliti lakukan untuk memperoleh data tersebut dengan cara pengamatan langsung ke lokasi dan melakukan observasi melalui handphone pribadi untuk pemantauan akun instagram dari @jbradiojogja.

3) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik non interaksi yang dilakukan oleh peneliti agar data yang diperoleh semakin kuat. Untuk memperoleh data ini dengan cara melakukan suatu pengamatan berkas dari ruangan kerja para pimpinan perusahaan maupun para karyawan perusahaan sebagai acuan dalam hasil penelitian. Hasil dokumentasi yang didapatkan adalah berupa struktur organisasi dan screenshot konten-konten dari jbradio dan juga sejarah yang didapat dari hasil wawancara serta penggalan profil dari jbradio.

¹³ Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35-40.

1.8 Teknik Analisis Data

Proses analisis data penelitian dalam penelitian kualitatif dilakukan selama proses pengumpulan data dilakukan sampai laporan penelitian selesai dikerjakan. Contoh pemaparan sebagian dari sub bab teknik analisis data sebagaimana disajikan oleh Suyuthi dalam penelitian kualitatif sebagai berikut, Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara terpadu, artinya analisis telah dikerjakan sejak di lapangan, yakni dengan penyusunan data atau bahan empiris (synthesizing) menjadi pola-pola dan berbagai kategori secara tepat.

Bahan empiris yang terhimpun dianalisis dengan menggunakan tiga langkah analisis yang disarankan Miles dan Huberman yaitu reduksi data, pemaparan bahan empiris dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.¹⁴

Reduksi data Tahap ini dilakukan pemilihan data yang relevan atau tidak dengan tujuan penelitian. Informasi yang didapat dari lapangan dijadikan sebagai bahan menta di ringkas, disusun secara sistematis serta pemilihan inti dari tujuan penelitian

Display data dipergunakan untuk melihat secara garis besar gambaran tertentu dari tujuan tersebut. Pada tahap inilah pengklasifikasian dan penyajian data dilakukan sesuai dengan pokok permasalahan. Dalam hal ini gagasan akan dituang dalam kategori sub-sub dan dikembangkan sesuai data yang ada di lapangan

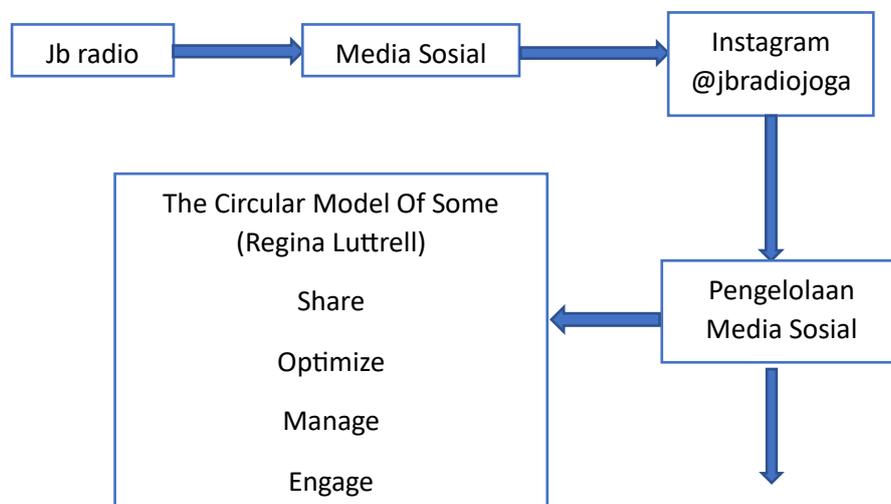
Penarikan kesimpulan dan verifikasi data, dari sini akan diketahui hubungan persamaan dan perbedaan data dari kegiatan yang dilakukan di lapangan. Akan ada penarikan kesimpulan dengan membandingkan tanggapan dari subjek dengan makna yang ada dalam konsep dasar pada penelitian ini. Verifikasi bertujuan untuk menilai secara lebih

¹⁴ Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.

akurat dan objektif kesesuaian data dengan tujuan yang terkandung dalam konsep dasar penelitian.¹⁵

1.9 Kerangka Konsep Dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



¹⁵ Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data.

1.9.2. Definisi Konsep

1.9.2.1 Media Sosial

Media Sosial merupakan salah satu sarana yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Seiring kemajuan zaman saat ini, pengguna dapat dengan mudah menjadi bagian dari jaringan dan berbagi informasi dengan pengguna jejaring sosial lainnya. Menurut Van Dijk yang dikutip oleh Nasrullah dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, menjelaskan bahwa Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial dapat membantu perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran sehingga dapat dengan mudah menyampaikan informasi mengenai aktivitas yang dilakukan dalam mempertahankan citranya.¹⁶

1.9.2.2 Instagram

Teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia sebagai alat komunikasi. Teknologi itu semakin berkembang dan menawarkan banyak aplikasi melalui internet. Salah satunya adalah aplikasi Instagram dan media penyebaran informasi yang cepat. Instagram di

¹⁶ Dirgahayu, A. P. (2023). *Pemanfaatan The Circular Model Of Some Pada Media Sosial Instagram IPDN Sebagai Media Komunikasi IPDN* (Doctoral dissertation, Perpustakaan).

temukan oleh dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger. Keduanya meluncurkan Instagram pada Oktober 2010.

Menurut Atmoko Instagram merupakan salah satu aplikasi smartphone yang khusus bergerak di bidang media sosial dan merupakan salah satu media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, hanya saja mengambil foto dalam format dan lokasi untuk berbagi informasi dengan pengguna. Instagram juga dapat memberikan inspirasi kepada penggunanya dan meningkatkan kreativitasnya, karena Instagram memiliki fitur yang membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan lebih baik.¹⁷

Dalam penelitian ini peneliti memilih instagram sebagai media penyebaran informasi karena sesuai data yang sudah dipaparkan sebelumnya instagram memiliki pengguna yang tiap tahunnya sangat cepat meningkat, hal ini yang menjadi kunci peneliti dalam melakukan penelitian.

2.9.2.3 Pengelolaan Media Sosial

Menurut Handyaningrat, pengelolaan juga dapat diartikan sebagai kinerja suatu kegiatan. Manajemen dapat diartikan sebagai pengendalian, suatu proses kegiatan yang diawali dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap usaha anggota organisasi, serta penggunaan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.¹⁸

Menurut Lughey dalam buku Nasrullah, pentingnya media seringkali dikaitkan dengan sifatnya, terbukti dari berbagai jenis teori yang ada dalam komunikasi massa. Media didefinisikan menurut kebutuhan dan tujuan penggunaan. Media dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media elektronik dan media cetak. Media elektronik mengacu pada media yang

¹⁷ Damayanti, R. (2018). *Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*.

¹⁸ Pratama, M. F. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

menggunakan teknologi elektronik seperti televisi, radio, dan komputer sedangkan media cetak adalah media yang dibuat dengan mesin cetak, seperti pamflet, koran, majalah, pamflet, dan lain-lain. Kedua media ini bekerja sama sebagai alat penyebaran informasi dan sebagai alat komunikasi.¹⁹

2.9.2.4 The Circular Model of Some

The circular model of some adalah teori media sosial yang diciptakan oleh Regina Luttrell yang memudahkan praktisi dalam melakukan perencanaan penelitian. Lingkungan sosial memberi organisasi beragam alat, komunitas, dan situs sosial yang dapat mereka gunakan untuk berinteraksi dengan konsumen. The circular model of some digunakan untuk komunikasi sosial (bagikan, optimalkan, kelola, libatkan) adalah komponen utama dari tahap penelitian dan perencanaan media sosial. Sesuai dengan pendekatan yang lebih sederhana untuk memahami penerapan perencanaan media sosial.²⁰ Teori ini menekankan pada 4 tahapan dalam pengelolaan media sosial yakni Share (membagikan), Optimize (mengoptimalkan), Manage (mengelola) dan Engage (melibatkan).

2.9.2.5 Citra Instansi

Citra Instansi atau citra perusahaan adalah karakter perusahaan yang dibangun untuk memperoleh kesan dari publik, baik publik internal maupun publik eksternal. Bagi publik internal, citra perusahaan dibangun untuk memperoleh persepsi yang baik tentang perusahaan dan menciptakan loyalitas karyawan.²¹ Upaya untuk mempertahankan citra positif dan reputasi instansi di mata publik ini mencakup menjaga kesan baik, kepercayaan, dan pandangan positif terhadap Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY.

¹⁹ Kewa, M. L. E. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram Dinas Kominfo Kabupaten Sleman Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Dalam Meningkatkan Citra Instansi (Studi Terhadap Akun Media Sosial Instagram@Kominfo_Sleman). *Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*.

²⁰ Luttrell, R. (2018). *Social media: How to engage, share, and connect*. Rowman & Littlefield.

²¹ Datuela, A. (2013). Strategi public relations pt. Telkomsel branch manado dalam mempertahankan citra perusahaan. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).

Studi Terhadap Akun Media Sosial Instagram @jbradiojogja: Merupakan fokus penelitian yang akan melakukan analisis, penilaian, dan evaluasi terhadap cara akun Instagram @jbradiojogja dikelola, serta dampaknya terhadap citra instansi.

Dalam konteks ini, pengelolaan media sosial adalah proses strategis yang mencakup penentuan konten yang relevan, interaksi dengan pengikut atau audiens, analisis data, peningkatan visibilitas, dan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk membangun dan mempertahankan citra positif instansi. Hal ini dapat mencakup pula respons terhadap umpan balik dan masukan dari pengikut dan audiens guna meningkatkan kualitas layanan dan informasi yang disediakan.

1.10 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan unsur penting dalam penelitian, karena melalui definisi operasional variabel maka seorang peneliti menyusun dan membuat alat ukur data yang tepat dan akurat. Pengelolaan media sosial merujuk pada serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh pihak Balai Teknologi Komunikasi Pendidikan DIY untuk mengelola dan memanfaatkan platform media sosial Instagram @jbradiojogja sebagai alat komunikasi dan informasi. Tujuan utama pengelolaan ini adalah mempertahankan citra positif dari instansi tersebut.

The Circular Model of Some share, Optimize, Manage, dan Engage : The Circular Model of Some merupakan salah satu model yang terdiri dari empat tahap, yaitu share, optimize, manage, dan engage. Pada tahap share, dibagi menjadi tiga bagian, yaitu participate, connect, dan build trust. Tahap optimize, ada dua bagian, yaitu listen and learn dan take part in authentic communication. Tahap manage memiliki tiga bagian, diantaranya media monitoring, quick responses, dan real-time interaction.

Terakhir, adalah tahap engage, dimana pada tahap ini terdiri atas dua bagian, yaitu influencer dan interactivity. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan paradigma interpretif.

a. Share (membagikan)

Tahap share ini jbradio membagikan informasi terkini tentang berita, entertainment, edukasi dan motivasi. Dengan memperhatikan 3 hal ini :

1. Participate

Jbradio secara langsung berkomunikasi dengan publik melalui media sosial dan bagaimana jbradio membuat konten sehingga dapat tersampaikan dengan baik.

2. Connect

Pada tahap share ini, jbradio menjalin hubungan dengan khalayak dengan cara saling berbalas komentar dan berbalas pesan melalui fitur yang tersedia di instagram. Selain itu jbradio juga harus membuat konten yang semenarik mungkin untuk mempersuasi khalayak, sehingga postingan tersebut dapat direplay, atau di re-post.

3. Build trust

Kepercayaan yang dibangun oleh jbradio dengan khalayak adalah dengan penyebaran informasi yang valid dan menarik yang mengandung nilai education dan entertainment. Sehingga perhatian dan kepercayaan dari khalayak terhadap jbradio semakin tinggi.

b. Optimize (optimalisasi)

Pada tahapan ini ada listen dan learn, apakah informasi yang disebar oleh jbradio dapat didengarkan dan dipelajari dengan baik oleh khalayak. Maka dari itu jbradio perlu memberikan informasi yang valid. Dengan

pengoptimalan informasi, fitur instagram yang tersedia seperti, instastory, feed, reels, arroba dan dm.

c. Manage (mengelola)

Terdapat 3 hal yang diperhatikan dalam mengelola informasi pada jbradio jogja

1. Media monitoring

Pemantauan media dilakukan oleh admin jbradio mulai hari senin hingga hari jumad, namun tidak menutup kemungkinan dilakukan pemantauan pada hari sabtu dan minggu, biasanya pemantauan dihari sabtu dan minggu dilakukan oleh penyiar.

2. Quick respon

Pada bagian ini perlu adanya respon cepat berupa saling berbalas komentar ataupun tanggapan terhadap postingan jbradio. Respon cepat dibutuhkan guna menjawab pertanyaan dari pengikut instagram jbradio sendiri.

3. Real time

Bagaimana untuk berinteraksi dengan followers secara baik hal ini tidak terlepas dari respon yang diberikan

d. Engage

Terdapa 2 hal yang terkandung dalam engage (melibatkan)

1. Influencer

Bagaimana cara dari jbradio untuk menarik perhatian khalayak, jbradio berkolaborasi dengan pembicara yang diundang dalam talkshow dan podcast yang dilakukan dan disiarkan melalui live instagram. Hal ini

dilakukan oleh jbradio untuk meningkatkan kepercayaan dan juga citra, dengan mengundang pembicara yang memiliki latar belakang tertentu.

2. Intractivitas

Apakah pembicara yang diundang dapat berinteraksi dengan para pengikut instagram, hal ini ditunjukkan oleh jbradio melalui live instagram dengan mengundang pembicara dan saling menjawab pertanyaan yang dilontarkan pada saat live instagram berlangsung.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam terhadap tiga narasumber, observasi di lokasi penelitian, dan dokumentasi peneliti seperti berkas, foto kegiatan, dan lainnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengelolaan media sosial Instagram @jbradiojogja dilakukan dalam empat tahap. Pada tahapan share, penggunaan Instagram @jbradiojogja dilatar belakangi kemudahan akses, mereka memiliki target dari Instagram yaitu para konten kreator dalam membangun kepercayaan publik, mereka menampilkan informasi perusahaan di profil mereka dan berkolaborasi dengan Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga di konten mereka. Pada tahap optimize, konten dibuat berdasarkan apa yang sedang trending namun tetap mempertimbangkan keinginan audiens, membuka ruang diskusi bagi followers dan menjaga komunikasi dengan followers. Pada tahap manage, pemantauan media dilakukan secara manual dan hanya memanfaatkan fitur Instagram, respon cepat dan interaksi real-time yang optimal karena tim komunikasi merespon secepat mungkin