

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Berkembangnya teknologi di era digital, banyak hal dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Banyaknya inovasi baru yang terus bermunculan apalagi dengan adanya jaringan internet yang sudah tersebar di seluruh dunia. Adanya internet, memudahkan seseorang untuk bertukar informasi dan menyebarkan berita yang bisa menjangkau seluruh wilayah. Hal ini membuat industri informasi semakin berlomba-lomba untuk menemukan dan menciptakan suatu peluang serta inovasi yang semakin canggih. Dengan berubahnya teknologi menjadi semakin canggih menjadikan media pemasaran berkembang pula ke arah yang lebih modern. Dampak dengan munculnya inovasi digital marketing sangat berpengaruh terhadap penjualan produk maupun jasa.

Secara sederhana, social media marketing adalah proses marketing yang dilakukan lewat media sosial. Biasanya media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram, atau Twitter. Namun, maknanya bisa lebih lebih luas. Menurut *Hubspot*, social media marketing adalah sebuah aksi pembuatan konten. Konten inilah yang nantinya akan menarik perhatian masyarakat. Menurut *morissan* (2015:9) komunikasi pemasaran terpadu merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu dan konsisten bagi konsumen. Pemilihan platform sosial media marketing pun menjadi hal penting. Hal ini karena

berhubungan dengan kesesuaian target market yang telah dibuat. Sehingga, kesuksesan marketing strategy yang sudah dibuat akan berhubungan dengan platform sosial media marketing yang digunakan. Untuk pengembangan bisnis memerlukan analisis data yang kuat dan sosial media marketing tersebut. Analisis data yang dilakukan, seperti analisis jangkauan engagement dan reach target market dan sebagainya. Alangkah baiknya dalam menjalankan sosial media marketing untuk mampu *mengintegrasikan big data management*.

Minat masyarakat dalam mengembangkan industri produk semakin bertambah. Hal ini membuat persaingan menjadi kuat dalam menarik pasar. Salah satu alasan industri ini menjadi ramai karena kegiatan pemasarannya yang dianggap mudah dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Pemanfaatan internet di dunia bisnis sangat mempermudah para pelaku bisnis berinteraksi dengan para konsumennya. Konsumenpun memiliki jangkauan yang lebih mudah dalam melakukan pemilihan sebuah produk untuk meningkatkan *Brand awareness* serta *brand image*.

Media sosial instagram sebagai media baru banyak digunakan sebagai alat pemasaran *online* oleh berbagai kalangan, salah satunya para pelaku bisnis. “Di indonesia, jumlah pengguna instagram hingga oktober 2022 mencapai 97,38 juta orang, jumlah tersebut menurun 3,89% dari bulan sebelumnya. Melihat data pengguna instagram di indonesia, tak heran jika banyak orang memulai bisnis *online* dengan memanfaatkan aplikasi tersebut. Instagram pada awalnya hanya digunakan untuk berbagi foto serta video pribadi kepada pengikutnya. Namun pada saat ini, media sosial instagram dapat digunakan sebagai strategi pemasaran

sehingga bisa menghasilkan keuntungan untuk penggunanya. Instagram sukses menjadi aplikasi yang memiliki banyak pengguna karena fitur-fiturnya yang menarik. Melalui unggahan foto para konsumen bisa dengan mudah mengakses serta memberikan komentar hingga melakukan pembelian sebuah produk. Banyak konsumen yang tertarik kepada sebuah produk setelah melihat postingan atau *instastory* yang di unggah oleh akun penjualan, karena para konsumen sedang mencari informasi sebelum memutuskan pembelian. Dikutip dari (Data Boks.2021, para. 4)

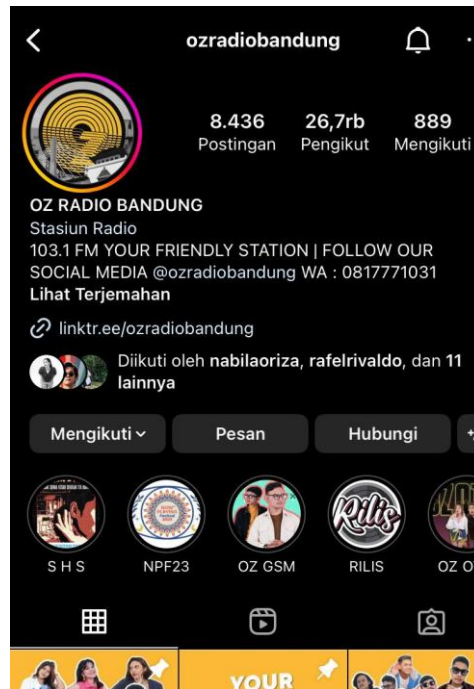
Perkembangan radio tampak pesat, seiring dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengetahui dan memahami informasi. Kini, masyarakat perdesaan pun dapat dengan mudah mengetahui berbagai peristiwa di daerahnya maupun perkotaan karena adanya radio. Menurut J. Schupan yang dikutip kembali oleh Niken Widiastuti (1992:3). “Radio adalah alat untuk melayani tiga tujuan, yaitu memelihara, memperluas, dan melancarkan kebudayaan. Ini perlu diperhatikan dengan munculnya nilai, walaupun nilai penyiarannya pada masyarakat tidak dapat mencapai keseimbangan dan kestabilan”. Selain berfungsi sebagai media informasi, hiburan, pendidikan, radio berfungsi sebagai alat yang memancarkan kebudayaan. Kebudayaan merupakan hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Media radio berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mencakup ideologi, norma, seni, ilmu pengetahuan dan agama (soemarjan 1990:189).

Radio merupakan salah satu jenis teknologi media massa satu arah yang memiliki peran untuk menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat dalam jangkauan luas. Ya, selain untuk memberikan informasi dan berita terkini,

radio juga menjadi salah satu sejarah untuk Indonesia. Tanggal 11 September 1945 merupakan titik awal radio di Indonesia didirikan, yang hingga saat ini juga diperingati sebagai Hari Radio Nasional. Bandung menjadi salah satu daerah yang menjadi saksi sejarah Kemerdekaan Indonesia. Keindahan pariwisata dan budaya di Bandung juga menjadi perhatian dunia sejak lama. Oz Radio Bandung 103.1 FM merupakan suatu media informasi yang berada di daerah tepatnya di jl. Sentrasari II No. 14, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Oz Radio Bandung sebagai salah satu pioneer radio anak muda di kota Bandung, harus memiliki suatu perencanaan strategi yang tepat untuk dapat membuat Oz Radio Bandung menguasai benak para pendengarnya serta memiliki keunggulan yang membuat perbedaan dengan stasiun radio lainnya.

Selain itu Oz Radio Bandung juga mampu menjalin kerjasama dengan perusahaan lain yang mengantarkan OZ Radio Bandung semakin berkembang sampai saat ini. Kerjasama yang dilakukan dengan perusahaan lain yang meminta unntuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka punya melalui OZ Radio Bandung. Untuk memenuhi permintaan tersebut biasanya Oz Radio Bandung mempromosikan produk menggunakan media sosial seperti instagram. Produk dari perusahaan lain nantinya akan di promosikan melewati akun media sosial instagram *@ozradiobandung*.

Gambar 1. 1 Instagram @ozradiobandung



Sumber: Instagram @ozradiobandung

Pemasang iklan menggunakan instastory, Oz Radio Bandung sendiri mendapatkan pemasukan dari biaya iklan sebagai feedback yang diberikan oleh perusahaan pemasangan iklan. Ford (dalam Evans & Laskin, 1994: 11) menambahkan bahwa perusahaan menjaga hubungan dengan perusahaan lain untuk memperoleh berbagai macam keuntungan dengan mengurangi biaya pengeluaran mereka atau meningkatkan pendapatan mereka. Dengan kata lain, kedua belah pihak dapat menjalin hubungan mutual benefit (saling menguntungkan) demi keberlangsungan organisasi melalui proses komunikasi.

Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet. Memiliki kamera berkualitas tinggi pada smartphone membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan, orang akan mudahnya mengambil gambar

dimanapun dan kapanpun, setelah itu diupload ke media sosial. Jenis media sosial yang biasa digunakan antara lain facebook, twitter, path dan instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Kegiatan penggunaan Instagram di haruskan menggunakan internet.

Teori CMC (*Computer Mediated Communication*) merupakan serangkaian harapan baru tentang komunitas berkembang seputar komunikasi yang termediasikan komputer. Gagasan intinya adalah bahwa “komunitas virtual” yang dapat dibentuk oleh sejumlah berapapun individu melalui internet atas dasar pilihan mereka sendiri atau sebagai tanggapan suatu rangsangan (McQuail, 2011:163). Maksudnya instagram masuk dalam kategori komunitas online yang dibentuk melalui media internet, dimana komunitas tersebut dipilih berdasarkan kesadaran dari diri mereka sendiri dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Instagram adalah aplikasi berbasis Android, iOS dan Windows phone yang artinya pengguna Instagram dapat mengedit dan mengupload foto atau video pada *feed, instastory dan reels*. Foto atau Video yang di upload nantinya akan muncul pada pengguna lain yang menajadi follower anda. Pengguna lain juga dapat berinteraksi dengan cara memberikan respon lewat komentar tentang foto atau video yang sudah anda upload di *feed,instastory* atau *reels*.

Media sosial Instagram telah berkembang pesat sebagai salah satu cara yang efektif untuk menyampaikan informasi publik ke masyarakat. Kemampuan

Instagram untuk membuat koneksi audiens dan cakupan informasi yang lebih luas membuatnya menjadi platform yang ideal untuk menyampaikan informasi.

Dalam menyampaikan informasi tentu ada peran penting yaitu, karena dengan adanya strategi komunikasi ini, informasi yang disampaikan dapat diterima baik dan efektif. Seperti OZ Radio Bandung melaksanakan sebuah strategi komunikasi dengan cara menggunakan media sosial Instagram supaya bisa menyebarkan beberapa informasi-informasi penting melalui Oz Radio Bandung.

1.2. Fokus Penelitian/ Pernyataan masalah

Penelitian pada akun instagram @ozradiobandung ini berfokus pada bagaimana Strategi Sosial Media marketing Ozradiobandung melalui Instagram. Maka pernyataan penelitian adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana *participation audiens* (keterlibatan pengguna) pada akun Instagram Ozradio Bandung?
2. Bagaimana *openness* (keterbukaan) Ozradio Bandung kepada pengguna sebagai pembuat dan penyebar konten atau informasi pada akun Instagramnya?
3. Bagaimana *conversation* (proses percakapan interaktif) melalui akun Instagram Ozradio Bandung?
4. Bagaimana *community* yang dibentuk melalui akun Instagram Ozradio Bandung?
5. Bagaimana *connectedness* (hubungan sosial) Ozradio Bandung kepada publik melalui akun Instagramnya?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini dengan kata lain yaitu sebagai syarat memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, serta ingin memperluas wawasan dan mendapatkan pengetahuan juga penemuan baru. Sedangkan kegunaan penelitian ini besar harapan peneliti yaitu guna mendapatkan manfaat, ilmu, dan pengalaman baru penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *participation audiens* (keterlibatan pengguna) pada akun Instagram Ozradio Bandung.
2. Untuk mengetahui *openness* (keterbukaan) Ozradio Bandung kepada pengguna sebagai pembuat dan penyebar konten atau informasi pada akun Instagramnya.
3. Untuk mengetahui *conversation* (proses percakapan interaktif) melalui akun Instagram Ozradio Bandung.
4. Untuk mengetahui *community* yang dibentuk melalui akun Instagram Ozradio Bandung.
5. Untuk mengetahui *connectedness* (hubungan sosial) Ozradio Bandung kepada publik melalui akun Instagramnya.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi berbagai kalangan serta penelitian ini dapat dikaji kembali untuk penelitian selanjutnya. Adapun kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian pengembangan komunikasi khususnya bidang komunikasi pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi kepustakaan serta dijadikan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada khalayak mengenai komunikasi pemasaran terutama mengenai strategi sosial media marketing melalui media sosial akun instagram @ozradiobandung.