

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang informasi dan teknologi di dunia saat ini sudah semakin pesat dan membawa banyak perubahan di berbagai sector. Berbagai bentuk media yang tumbuh pada waktu ini juga memberikan banyak keringanan untuk mendapatkan berbagai informasi dengan cepat. Bentuk perkembangan tersebut salah satunya adalah adanya dengan kemunculan berbagai media sosial yang ada. Saat ini masyarakat mempunyai kebebasan untuk mendapatkan berbagai informasi dari berbagai media massa, baik media elektronik maupun media cetak. Beberapa media juga berupaya untuk terus mengembangkan perkembangan dan inovasi baru secara terus menerus, baik dari segi isi pesan maupun dalam bentuk teknologi.

Kompleksitas lanskap teknologi yang semakin meningkat mengharuskan kita guna selalu mencermati transformasi ataupun kemajuan supaya tak ketinggalan pada segala faktor. Beberapa wirausahawan masa kini semakin inovatif dan imajinatif selama mempromosikan barang maupun jasanya. Gunakan media sosial yang saat ini tengah terkenal serta diharapkan dapat memberikan dampak yang bermanfaat. Mempertimbangkan kuantitas pemakai sarana media sosial yang giat berhubung untuk mengembangkan jejaring persahabatan, hal ini mampu memberikan kesempatan kepada yang punya usaha untuk mengembangkan transaksi yang dijalankannya.

Media sosial sendiri adalah salah satu media yang memungkinkan seseorang untuk dapat berkomunikasi maupun bertukar informasi dengan orang lain dengan menggunakan jaringan internet. Dengan memanfaatkan peran internet yang memberikan berbagai kemudahan dalam segala aspek kehidupan sehari-hari manusia, tak lepas dari fakta tersebut. Karena maraknya penggunaan smartphone dan internet, aktivitas manusia seakan terkurung di dalam telapak tangan dan dapat dilakukan secara digital.



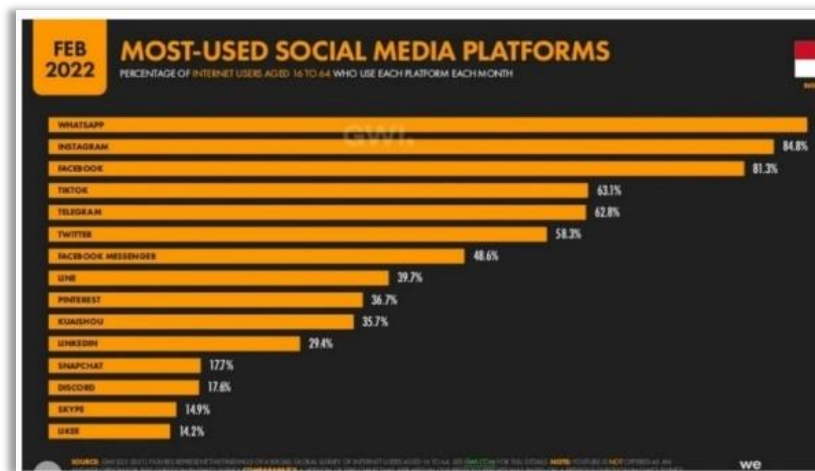
Gambar 1. 1 Pengguna Digital dan Internet di Indonesia

Sumber: Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2022

Berdasarkan gambar diatas yang menunjukkan data *We Are Social*, terbukti pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 204.7 juta penduduk dan dapat diketahui bahwa di Indonesia pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas manusia atau warga negara Indonesia sudah mulai mengkonsumsi internet setiap hari. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya masyarakat yang mulai menggunakan media sosial.

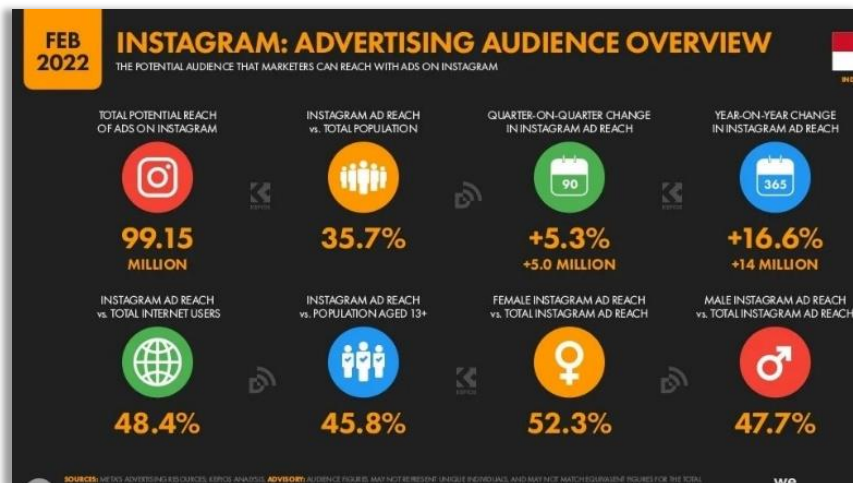
Media sosial adalah sebuah program yang dapat digunakan sebagai alat berinteraksi, berbagi informasi, dan berkolaborasi. Media sosial juga bisa didefinisikan sebagai kelompok aplikasi sosial yang memungkinkan pembuatannya untuk bertukar dan berbagi konten berupa foto dan gambar yang telah dibuat oleh pengguna atau user yang berbasis internet dan teknologi (Laksamana, 2018).

Salah satu kemudahan yang dapat dilihat adalah bentuk media sosial dalam proses komunikasi. Media sosial hadir dan mengubah paradigma komunikasi di penduduk waktu ini. Selain guna mempromosikan suatu barang, media sosial juga dapat dipakai guna memperkenalkan barang kepada seluruh masyarakat ataupun yang sering dikatakan *brand awareness*. Dengan memperkenalkan suatu barang ataupun pelayann serta meninggalkan pandangan yang bagus, maka tentunya menambah kepercayaan di benak penduduk.



Gambar 1. 2 Platforms Media Sosial yang paling banyak digunakan di Tahun 2022

Sumber: Data Reportal, 2022



Gambar 1. 3 Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2022

Pemain utama dalam ranah media sosial saat ini adalah Instagram. Hasil survei *We Are Social* tahun 2022 pada gambar diatas menunjukkan, Instagram menjadi media sosial paling aktif setelah WhatsApp. Instagram merupakan media sosial yang fenomenal pada tahun 2015, dan dibuat pada tahun 2010 sebagai media komunikasi. Instagram mempunyai cara kerja yang berupa media berbasis foto/gambar dan video. Jadi dengan media sosial Instagram, pengguna dapat berbagi foto dengan teman dan menulis komentar pada foto yang diunggah.

Pada gambar diatas juga menunjukkan hasil survei *We Are Social*, bahwa pengguna Instagram terbanyak salah satunya adalah negara Indonesia, dengan total pengguna aktif

ditahun 2022 yang mencapai 99,15 juta pengguna. Jika mengacu pada jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2022 yang mencapai 275,77 juta jiwa, dalam hal ini berarti lebih banyak dari total masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram masih menjadi salah satu *platform* media sosial terpopuler saat ini.

Karena banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, para pemasar semakin banyak yang beralih ke platform media sosial ini untuk menjangkau target audiensnya. Jumlah total akun bisnis media sosial Instagram di Indonesia telah mencapai 25 juta, menurut Ferdy Nandes, *Head of Emerging Business* dan SMBs Facebook & Instagram SEA. Maka tak heran jika berdasarkan data tersebut, Indonesia menempati peringkat lima besar negara di dunia dengan jumlah akun bisnis terbesar. Jumlah ini tidak mengherankan mengingat alat yang ditawarkan Instagram untuk meningkatkan interaksi dan postingan, seperti suka, mengikuti, tag, hashtag, komentar, filter, cerita, Tanya Jawab, survei, DM, wawasan, dan banyak lagi.

Perkembangan dan persaingan radio saat ini sangat ketat sehingga diperlukan keterampilan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio baru. Regulasi penyiaran yang mengalami berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Perkembangan zaman mengikuti perkembangan teknologi yang menawarkan banyak pertanyaan dan pilihan dalam pemilihan pembawa informasi. Nielsen Radio Audience mengemukakan, meski Internet saat ini berkembang sangat pesat, bukan berarti jangkauan pendengarnya semakin berkurang. Meskipun media televisi (96%), media luar ruang (52%) dan internet (40%) mengalami kemajuan, namun media radio masih cukup baik yaitu (38%) pada tahun 2016.

Mengelola industri radio saat ini mempunyai tantangan yang besar dan memerlukan sebuah kreativitas dan inovasi. Manager atau pemilik modal radio harus mampu meyakinkan pengiklan untuk melakukan pengiklanan pada produk mereka dengan biaya tertentu untuk kelangsungan hidup radio. Dan agar radio tetap bertahan dalam posisi ini, Radio Sonora Surabaya memanfaatkan era digital dengan menggunakan media sosial Instagram untuk publisitas dan meningkatkan *brand awareness* mereka. Radio Salvatore Surabaya berganti nama menjadi Radio Sonora Surabaya pada tanggal 15 Desember 2022.

Target: SURABAYA
 Demographic: All People 10+ Filter Demographic: None
 Survey: Survey #10/2020
 Session: Mon-Sun 5:30 AM-12:00 AM_OK
 Place of Listening: All

No	Radio	Sample	Potential (000's)	Cume %	Cume (000's)
1	SUARA GIRI	1062	8646	22	1902
2	SUARA SBY	1062	8646	12.3	1061
3	WUJAYA FM	1062	8646	9.7	835
4	MEDIA FM	1062	8646	5.4	469
5	GEN FM	1062	8646	4.5	386
6	SUZANA	1062	8646	3.6	311
7	MTB FM	1062	8646	3.4	292
8	SUARA MSIM	1062	8646	3.3	285
9	PRAMBORS	1062	8646	2.9	247
10	ELVICTOR	1062	8646	2.8	246
11	MAJIA FM	1062	8646	2.4	208
12	CAKRAWALA	1062	8646	2.2	193
13	M RADIO	1062	8646	2	176
14	KOTA FM	1062	8646	1.8	160
15	SONORA	1062	8646	1.8	154
16	STAR FM	1062	8646	1.7	151
17	MEDUSA	1062	8646	1.7	144
18	DJFM	1062	8646	1.7	143
19	EBS FM	1062	8646	1.6	142
20	ELSHITA	1062	8646	1.2	103
21	YASMARIA	1062	8646	1.2	103
22	PRO3	1062	8646	1.1	98
23	MERCURY	1062	8646	1.1	93
24	PANORAMA	1062	8646	1.1	93
25	MY RADIO	1062	8646	0.9	76
	AMPEL	1062	8646	0	0
	ANTARIKSA	1062	8646	0	0
	BAHARA	1062	8646	0	0
	CAMAR	1062	8646	0	0
	CAROLINA	1062	8646	0	0
	COLORS	1062	8646	0	0
	SHE FM	1062	8646	0	0
	GLOBAL FM	1062	8646	0	0
	HARD ROCK	1062	8646	0	0
	ISTARA	1062	8646	0	0
	JEJE	1062	8646	0	0
	KOSMOSITA	1062	8646	0	0
	LA VICTOR	1062	8646	0	0
	METRO FM	1062	8646	0	0
	PERAKAJAYA	1062	8646	0	0
	PRAMESWAR	1062	8646	0	0
	RAJAWALI	1062	8646	0	0
	RRI ANY	1062	8646	0	0
	SANGKAKALA	1062	8646	0	0
	MNCTRIJAYA	1062	8646	0	0
	DELTA FM	1062	8646	0	0
	STRATO	1062	8646	0	0
	GELORA	1062	8646	0	0
	PRO2	1062	8646	0	0
	RRI AM	1062	8646	0	0
	PAS FM	1062	8646	0	0
	PRO1	1062	8646	0	0
	JT FM	1062	8646	0	0
	RAKENDIKFM	1062	8646	0	0
	GEMA FM	1062	8646	0	0
	SMANSA FM	1062	8646	0	0
	AMANNA	1062	8646	0	0
	OTHER	1062	8646	14.8	1281
	Total	1062	8646	49.2	4254

Gambar 1. 4 Rating Radio di Surabaya tahun 2020

(Sumber: Program Manager Radio Sonora Surabaya)

Berdasarkan data AC Nielsen pada tahun 2020, Rating Radio Sonora Surabaya menduduki posisi ke 15 dari 58 Radio di kawasan Surabaya. Hal ini menjadi alasan bagi Radio Sonora Surabaya dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan brand awareness mereka agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat dan bisa memungkinkan Radio Sonora mendapatkan rating diposisi yang pertama.

Frekuensi Sonora Surabaya berubah menjadi 98.00 Mhz pada tanggal 13 Mei 2014 karena adanya reset frekuensi di seluruh Indonesia (sonorasurabaya.com). Sebagai bagian dari Kompas Gramedia, Sonora berpedoman pada nilai-nilai Peduli (peduli terhadap sesama), Kredibilitas (dapat dipercaya dan diandalkan), Kompetensi (mahir dan terampil di bidangnya), Kompetisi (menjadi yang terbaik) dan Kepuasan Pelanggan (memberikan nilai layanan terbaik Melebihi ekspektasi pelanggan) (Sonorasurabaya.com). Meskipun adanya kelemahan pada Radio Sonora Surabaya terkait jumlah iklan yang masih kurang dari target dan jumlah pendengar yang masih belum mendapatkan peringkat satu, Radio Sonora tetap eksis sebagai radio keluarga dan memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan Brand Awareness agar bisa mempertahankan pendengar lama dan bisa menarik pendengar baru.

Berdasarkan data survei AC Nielsen Wave (No. 12 Tahun 2020), Radio Sonora Surabaya juga memiliki total pendengar sebanyak 113.000 pendengar di Jawa Timur, di wilayah barat (yaitu Krian, Mojokerto, Jombang dan Kertosono); di timur yaitu Probolinggo dan Lumajang; di utara, Lamongan, Tuban, Gresik dan Madura, dan di selatan Tretes, Sidoarjo, Pasuruan dan Lawang. Hal ini menunjukkan bahwa Radio Sonora Surabaya sangat populer di kalangan masyarakat. Perusahaan memanfaatkan popularitas tinggi ini untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Untuk mempertahankan popularitas Radio Sonora Surabaya sebagai stasiun keluarga, perlu adanya strategi atau rencana yang tepat untuk mempertahankan pertumbuhan tersebut.



Gambar 1. 5 Demographic Radio Sonora Surabaya

Sumber: Program Manager Radio Sonora Surabaya

Secara demografis pendengar Sonora Surabaya kebanyakan berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 56% sedangkan laki-laki dengan jumlah 44% dan kebanyakan pendengar berusia 25- 34 tahun yang bekerja sebagai pengusaha atau berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Dari data diatas juga terlihat bahwa media sosial yang dipakai oleh Radio Sonora Surabaya adalah seperti, Facebook, Instagram, Tiktok dan Streaming.

Hal ini tentu tidak mudah bagi Radio Sonora Surabaya untuk mendapatkan popularitas seperti yang tergambar dalam gambar diatas. Salah satu strategi utama yang digunakan untuk mempertahankan popularitas Radio Sonora Surabaya adalah dengan menggunakan jaringan internet. Jaringan internet saat ini sangat mudah diakses oleh masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi ataupun berita terkini dengan cepat sehingga popularitas media sosial akan semakin bertambah meningkat.

Memanfaatkan peran internet yang memberikan berbagai kemudahan dalam segala aspek kehidupan sehari-hari manusia, tak lepas dari fakta tersebut. Karena maraknya penggunaan *smartphone* dan internet, aktivitas manusia seakan terkurung di dalam telapak tangan dan dapat dilakukan secara digital. Karena kemudahan yang diberikan *smartphone*, mereka telah menjadi kebutuhan sosial baru. Dalam hal ini juga, Instagram membentuk salah satu media sosial yang dimanfaatkan divisi Departement Sosial Media Radio Sonora Surabaya sebagai publisitas. Departemen media sosial atau yang biasa disebut (*Social Media Specialist*) adalah peran yang berfokus dan bertugas dalam pembuatan konten digital yang menarik dan kreatif untuk *platfrom* dalam media sosial pada perusahaan tertentu.



Gambar 1. 6 Instagram @sonora_surabaya

(Sumber: Observasi awal, 2023)

Setiap kali berbicara tentang media sosial, konsep jumlah pengikut pasti masuk ke dalam konsep strategi. Pada gambar diatas menunjukkan bahwa pengikut radio Sonora Surabaya pada observasi awal 2023 berjumlah 3.147. Radio sonora Surabaya memiliki strategi tersendiri untuk meningkatkan jumlah pengikutnya. Jumlah pengikut yang terbilang tinggi, maka akan banyak juga orang yang tertarik pada akun tersebut, sebab mereka berlangganan pembaruannya. Sebagian orang mengandalkan isyarat ini untuk menilai popularitas sebuah merek dan merek populer dianggap lebih menarik, dapat dipercaya, ekstravert, dan secara sosial memiliki sebuah karakteristik lain yang diinginkan (Jin dan Phua, 2014).

Instagram menjadi salah satu cara yang bagus untuk menjangkau dan terlibat dengan orang-orang dalam skala yang dapat dijanjikan oleh beberapa platform pemasaran

lainnya, namun hal tersebut menjadi tidak efektif jika tidak memiliki audiens. *Brand* dengan jumlah pengikut yang lebih besar akan terlihat lebih baik, dan orang cenderung mengikuti merek yang lebih besar di media sosial. Memiliki lebih banyak pengikut mempercepat difusi informasi (Yoganarasimhan, 2012). Bahkan jejaring sosial sendiri menghargai merek karena memiliki jumlah pengikut yang tinggi. Seperti *followers* Instagram Radio kalangan Surabaya. Hal ini dilihat dari tabel sebagai berikut.

Nama Sosial Media	Jumlah <i>Followers</i>
Instagram	
Sonora_Surabaya	3.631
Suarasurabayamedia	696rb
Globalfmsby	5.005
suzanafmsby	5.083
suaramuslim	30,3rb

Table 1.1 Jumlah Followers Instagram Radio di Kalangan Surabaya

Terlihat jelas dalam table diatas jumlah *followers* radio kalangan Surabaya, Namun terdapat perbedaan dalam banyaknya *followers* yang mereka miliki. Sonora_surabaya justru menduduki posisi terendah dengan total *followers* 3.631 daripada jumlah *followers* yang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan dalam suatu strategi yang mereka gunakan untuk menarik *followers* yang lebih banyak dan bisa dikenal secara luas oleh masyarakat.

Bulan (2022-2023)	Followers
September	2.969
Oktober	2.997
November	3.031
Desember	3.084

Januari	3.322
----------------	--------------

Table 1.2 Jumlah Followers Instagram @sonora_surabaya

(Sumber: Program Manager Radio Sonora Surabaya)

Departement social media memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan dan mempertahankan *Brand awareness* dari akun @sonora_surabaya. Meskipun dalam setiap bulan followers Radio Sonora Surabaya bertambah dalam tabel diatas, namun bagaimanapun perusahaan lahir, tumbuh dan berkembang tidak lain karena berbagai kebutuhan dari konsumen akan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut fungsi dasar mempertahankan dan meningkatkan produk atau jasa, menggunakan publisitas, promosi, artikel, fitur, dan teknik serupa. Sehingga penelitian ini diberi judul, “*Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Radio Sonora Surabaya.*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ditulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness* Radio Sonora Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness* Radio Sonora Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan mendapatkan manfaat sebagai berikut:

- a) Manfaat Teoritis
 - a. Hasil Penelitian ini diharapkan mampu menjadi penambahan refrensi keilmuan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi dan untuk memperoleh bukti-bukti data empiris tentang pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan *Brand Awareness* Radio Sonora Surabaya yang akan bermanfaat untuk megembangkan ilmu pengetahuan, dan akademis bagi mahasiswa di dalam bidang ilmu komunikasi.
 - b. Diharapkan menjadi bagian pengembangan dalam komunikasi Massa mengenai pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan memberikan kontribusi bagi keilmuan yang terkait dengan komunikasi terutama komunikasi massa.

b) Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bentuk mengamalkan ilmu pada masa kuliah dengan melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan pendidikan serta memberikan pengetahuan kepada peneliti mengenai pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan *Brand Awareness*.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti lainnya yang akan mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.