

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap individu memerlukan akses kepada informasi dalam kehidupannya karena melalui informasi tersebut, seseorang dapat mengetahui perkembangan di seluruh dunia. Selain itu, informasi juga berperan penting dalam proses pengambilan keputusan, baik dalam konteks saat ini maupun untuk masa depan. Agar dapat memperoleh informasi tersebut, masyarakat mengandalkan media massa seperti surat kabar, televisi, radio, dan platform media online, yang secara khusus menyajikan informasi yang dibutuhkan.

Media massa memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, memberikan berbagai pembelajaran berharga kepada masyarakat. Dengan bantuan media massa, kita dapat dengan mudah mengakses berita baik dari dalam negeri maupun luar negeri, karena kemampuannya dalam menyajikan informasi secara efektif.

Media massa, seperti televisi, radio, dan surat kabar, menggunakan teknologi canggih sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Mereka berfungsi sebagai alat ekspresi, komunikasi, penyedia informasi, sarana pendidikan, dan hiburan. Komunikasi memegang peran penting dalam masyarakat sebagai cara untuk bertukar informasi, dan media massa menjadi sarana utama untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada masyarakat modern.

Media adalah elemen penting lain dalam proses komunikasi. Pengertian media di sini bukan pada wadah yang dipakai oleh komunikator saat berkomunikasi seperti seseorang yang sedang menelepon orang lain. Meskipun telepon genggam merupakan alat menelepon, tidak berarti pesawat telepon tersebut sebagai media.

Pada konteks media massa, media yang dimaksud adalah *platform* yang digunakan oleh pengelola media dalam menyiarkan berita. *Platform* tersebut lebih dikenal sebagai media massa yang terbagi atas tiga jenis yaitu media cetak, media elektronik, dan media baru (internet).

Surat kabar, majalah, tabloid, buku, adalah contoh media cetak sebagai penyebar informasi. Kemudian film, televisi, dan radio adalah bagian dari media elektronik. Sedangkan media sosial dan media portal merupakan bagian dari media baru.

Perubahan dalam paradigma posisi media, menurut Gazali (2004), sering mengalami dinamika kompleks dalam hubungannya dengan negara, masyarakat sipil, dan pasar. Dalam era di mana kapitalisme semakin mendominasi, media cenderung lebih condong kepada kepentingan pasar. Hal ini berdampak pada variasi dan kekuatan konten media, serta mengurangi hambatan bagi masyarakat untuk mengaksesnya.

Dengan demikian, media memiliki kebebasan yang lebih besar untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi, sedangkan akses masyarakat menjadi lebih mudah, terutama setelah perkembangan internet. Melalui internet, khalayak dapat mengakses berbagai jenis media, termasuk televisi, radio, media sosial, dan lainnya. Di sisi lain, masyarakat juga memiliki peluang yang lebih besar untuk mengakses informasi dari berbagai sumber, termasuk individu, melalui media sosial serta berbagai platform lainnya yang tidak terbatas pada lembaga media tradisional.

Dari pernyataan Direktur Kemitraan Komunikasi Kementerian Kominfo Dr. James Pardede MM mengkhawatirkan akan arah yang diambil oleh sebagian besar tayangan dan konten media saat ini yang telah menyimpang dari tujuan awalnya untuk memberikan edukasi kepada masyarakat.

James menyampaikan hal ini di Banjarmasin pada suatu forum pengembangan literasi media yang bertujuan untuk memperkuat kesadaran masyarakat terhadap peran media, bekerja sama dengan Kementerian Informasi dan Komunikasi.

Menurut James, banyak tayangan media massa, terutama televisi, saat ini lebih berorientasi pada peningkatan rating atau aspek bisnis, sehingga tujuan edukatif dari media menjadi terabaikan. Para pemilik stasiun televisi sering kali mempertahankan tayangan-tayangan tertentu karena dianggap mampu memperoleh rating tinggi, yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan mereka.

James juga menyatakan bahwa semakin banyak media yang kehilangan idealisme karena lebih memprioritaskan keuntungan. Akibatnya, media massa

seringkali tidak lagi mewakili suara masyarakat secara objektif.

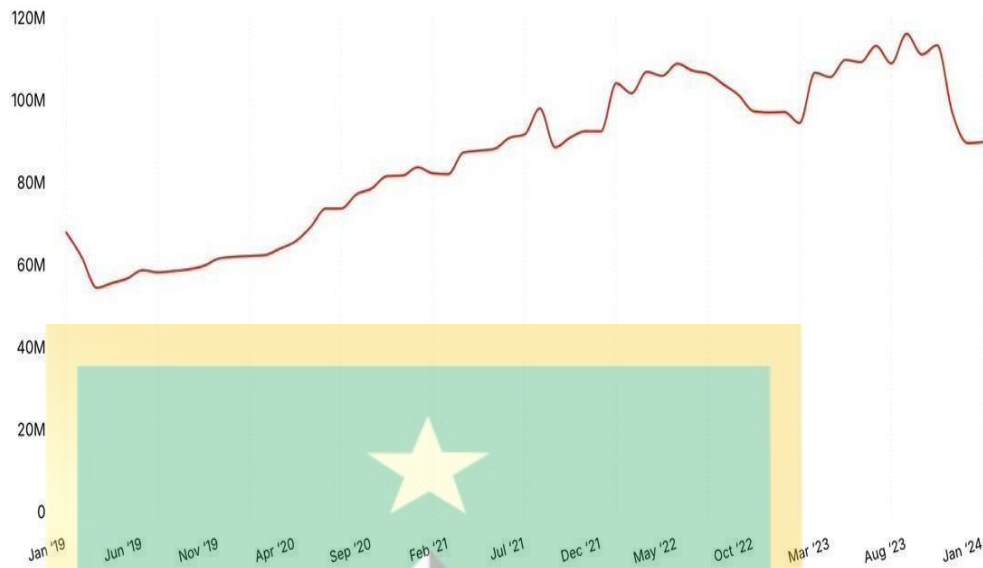
Untuk menyeimbangkan tayangan media yang kurang mendidik, masyarakat perlu meningkatkan kesadaran akan media dan berani memberikan kritik yang membangun. Pengaruh kebebasan pers saat ini dianggap cukup besar untuk membentuk budaya dan perilaku masyarakat, baik melalui media televisi, koran, internet, maupun platform media online lainnya.

Media sosial merupakan sistem jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil semi-publik atau publik dalam suatu platform tertutup, menghubungkan diri dengan orang lain, serta mengeksplorasi koneksi yang telah dibuat oleh pengguna lain dalam sistem tersebut. Kemunculan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, Whatsapp, Twitter, dan lain-lain telah memberikan kemudahan dalam interaksi dan komunikasi (Fadiyah, 2021).

Ada enam kategori utama di mana fitur-fitur media sosial dapat diklasifikasikan, yaitu Jaringan, Informasi, Arsip, Interaktivitas, Simulasi Masyarakat, dan Konten Buatan Pengguna. Dengan melihat fitur-fitur ini, para ahli teknologi dapat dengan cepat menentukan apakah suatu aplikasi atau situs web termasuk dalam kategori media sosial atau tidak (Fadiyah, 2021).

Puntoadi (Fadiyah, 2021) menyatakan tujuan dari media sosial sebagai berikut: Pertama, karena audiens memiliki kekuatan untuk menentukan apa yang populer atau seberapa terkenal seseorang, konsep personal branding menjadi penting. Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan sebagai wadah diskusi dan untuk meningkatkan popularitas, selain sebagai sarana komunikasi. Dengan menyediakan konten komunikasi yang disesuaikan, terdapat kesempatan untuk terlibat secara lebih dekat dengan pelanggan. Hal ini memungkinkan vendor untuk menjadi lebih familiar dengan kebutuhan atau kebiasaan klien mereka dan dapat terlibat secara pribadi untuk menarik minat mereka.

Media sosial, termasuk Instagram, memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan akun penyedia konten. Melalui fitur komentar, *Direct Message*, dan fitur interaktif lainnya, @unas_tv ini dapat mendorong keterlibatan pengguna dengan konten berita yang mereka sajikan, sehingga membangun komunitas yang aktif dan terlibat.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : upgraded.id

Menurut laporan We Are Social, pada bulan April 2023, Instagram menempati posisi keempat dalam daftar aplikasi terpopuler di seluruh dunia. Platform media sosial ini berada di bawah Facebook, YouTube, dan WhatsApp, menunjukkan tingginya popularitas Instagram sebagai salah satu aplikasi terkemuka dalam ranahteknologi.

Instagram telah menjadi fenomena global dengan jumlah pengguna aktif yang mencapai miliaran setiap bulannya. Dengan berbagai fitur inovatifnya, Instagram berhasil menciptakan pengalaman berbagi foto dan video yang menarik bagi pengguna di berbagai belahan dunia. Pengguna dapat membagikan momen penting dalam hidup mereka, terhubung dengan teman, keluarga, serta berinteraksi dengan merek-merek terkenal.

Kesuksesan Instagram sebagai salah satu aplikasi terpopuler juga didorong oleh kualitas konten yang tersedia. Pengguna dapat menemukan beragam konten menarik, mulai dari gambar-gambar indah hingga video-video inspiratif. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV, pengguna dapat menjelajahi konten yang dibagikan oleh orang-

orang di sekitar mereka, selebritas, serta akun bisnis yang sesuai dengan minat mereka.

Instagram juga telah menjadi platform yang populer bagi para influencer dan merek untuk membangun audiens dan mempromosikan produk atau jasa mereka. Dengan menggunakan fitur-fitur seperti tagging dan hashtag, pengguna dapat meningkatkan visibilitas postingan mereka dan mencapai audiens yang lebih luas.



Gambar 1.2 Logo Unas TV

Sumber : Google

UNAS TV adalah salah satu media televisi yang berbasis di Universitas Nasional (UNAS) yang memiliki fokus pada penyiaran berita dan informasi terkini, serta mendukung perkembangan industri media di lingkungan kampus. Dalam upaya untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan publik, Manajemen Redaksi UNAS TV telah mengambil inisiatif untuk mempublikasikan berita melalui platform media sosial, khususnya akun Instagram @unas_tv.

Dalam konteks ini, Manajemen Redaksi UNAS TV melakukan strategi yang terencana dan terarah dalam mengelola akun Instagram @unas_tv sebagai saluran distribusi berita. Mereka menghadapi tantangan dalam menyajikan konten yang menarik, informatif, dan relevan bagi para pengikut akun tersebut.

Manajemen Redaksi UNAS TV juga harus memperhatikan aspek-aspek seperti kecepatan, keakuratan, dan kualitas dalam mempublikasikan berita di akun Instagram mereka. Mereka harus terus memantau perkembangan berita dan merespons dengan cepat untuk memberikan informasi terbaru kepada publik.

Selain itu, Manajemen Redaksi UNAS TV juga mengambil langkah-langkah untuk membangun interaksi yang lebih aktif dengan pengikut akun Instagram @unas_tv. Mereka mengadopsi pendekatan yang inklusif dan responsif

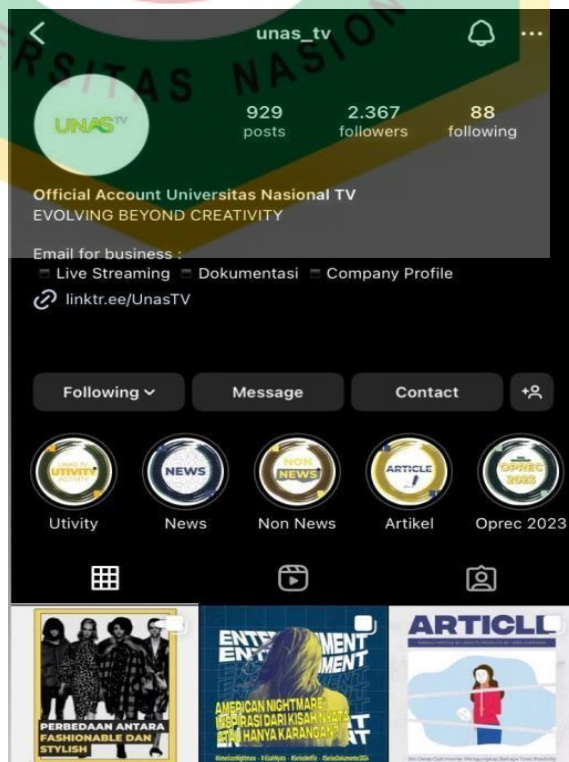
terhadap tanggapan serta masukan dari pengguna media sosial tersebut.

Akun Instagram @unas_tv yang memiliki followers sebanyak 2.370 dan memiliki 933 Postingan yang membahas kurang lebih 118 berita.

Dengan demikian, manajemen redaksi UNAS TV telah menjalankan peran strategis dalam mengelola dan mempublikasikan berita di akun Instagram @unas_tv, dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan publik, memperluas jangkauan informasi, dan memperkuat citra UNAS TV sebagai sumber berita yang terpercaya dan berkualitas.

Memilih Instagram UNAS TV sebagai objek riset memberikan kesempatan untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang strategi penggunaan media sosial oleh media televisi kampus dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiensnya. Dengan popularitas platform Instagram yang luas dan fitur-fitur interaktifnya, riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana UNAS TV memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan berita dan informasi kepada mahasiswa serta masyarakat umum, serta untuk memahami respons dan partisipasi pengikut akun tersebut terhadap konten yang disajikan.

Pemilihan tema "Manajemen Redaksi UNAS TV dalam Mempublikasikan Berita di Akun Instagram @unas_tv" didasari oleh pertimbangan akan relevansinya dengan perkembangan terkini dalam dunia media, khususnya dalam pemanfaatan media sosial.



Gambar 1.3 Instagram @unas_tv

Sumber: Instagram @unas_tv



Dengan semakin meluasnya penggunaan platform media sosial seperti Instagram, riset mengenai strategi yang diterapkan oleh manajemen redaksi UNASTV dalam menyebarkan berita melalui akun Instagram mereka dianggap penting.

Tujuan riset ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana manajemen redaksi UNAS TV memanfaatkan Instagram sebagai saluran untuk menyajikan berita kepada pengikut mereka. Selain itu, riset ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dari penggunaan akun Instagram @unas_tv oleh manajemen redaksi UNAS TV terhadap audiens mereka, serta untuk mengeksplorasi praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh media televisi lainnyadalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan pengikut mereka.

Dengan demikian, pemilihan tema ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi pemanfaatan media sosial oleh media televisi, serta dalam pemahaman akan peran dan dampaknya terhadap audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Dari konteks yang telah disampaikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana manajemen yang diterapkan oleh @UNAS_TV dalam menyajikan berita melalui Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap implementasi manajemen oleh @UNAS_TV dan cara pengelolaan berita melalui Instagram sebagai salah satu alat publikasi digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian praktis dapat memberikan wawasan langsung kepada manajemen redaksi UNAS TV tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan penggunaan akun Instagram @UNAS_TV dalam mempublikasikan berita. Hal ini dapat membantu mereka mengembangkan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam berinteraksi dengan pengikut mereka di platform media sosial.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian teoritis dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan dalam konteks media televisi dan industri media secara umum.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merujuk pada serangkaian langkah-langkah penulisan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu penelitian. Sistematika ini mengatur hubungan antara bagian pendahuluan, tujuan, dan tahapan akhir, yakni kesimpulan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan fase awal dalam proses penulisan sebuah penelitian, di mana akan dijelaskan mengenai konteks latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta rangkaian langkah-langkah penulisan. Pada intinya, bab 1 ini memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti memasukkan penelitian terdahulu sebagai panduan dan referensi selama proses penelitian berlangsung. Di samping itu, dalam bab ini juga dijelaskan tentang pengertian dari kajian pustaka seperti studi pustaka, kerangka teori, atau teori pendukung lainnya, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian, pemilihan informan, metode pengumpulan

data, strategi pengelolaan dan analisis data, serta detail terkait lokasi dan jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berfokus pada output dari penelitian yang telah dilakukan, dimulai dengan gambaran profil responden, diikuti dengan analisis dan pembahasanterhadap hasil yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi yang disampaikan. Kesimpulan disusun berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian dan hasil dari upaya penelitian yang objektif. Selain itu, terdapat saran yang mencakup masukan atau solusi untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi.



