

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi berbasis internet yang memudahkan setiap kalangan untuk berinteraksi, terlibat, berbagi, dan membentuk sebuah wadah secara online untuk menyebarkan konten. *We are social Hootsuite* dalam laporan riset yang dirilis pada April tahun 2024 mengungkapkan pengguna internet 212,9 juta 77% dari total populasi. Dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat, tujuan masyarakat Indonesia menggunakan internet sebagai media untuk mencari informasi dan berita. Sesuai dengan data yang dikeluarkan oleh GoodStats pada tahun 2022 ada 74,90% penduduk Indonesia pernah mengakses internet untuk mendapatkan informasi dan berita.

Dengan demikian, pengemasan informasi dan berita yang menarik tidak cukup bagi sebuah perusahaan televisi dalam menjangkau audiens karena terjadinya perubahan cara masyarakat mengonsumsi berita, sehingga stasiun televisi memanfaatkan platform media sosial. Media sosial pada dasarnya merupakan situs atau layanan online yang memungkinkan orang mengonsumsi dan berpartisipasi dalam konten, seperti teks, gambar, audio, atau video. *We are social Hootsuite* dalam laporan riset yang dirilis pada April 2024 mengungkapkan pengguna media sosial aktif 167 juta 60,4% dari total populasi. Perkembangan media sosial berdampak pada sistem berkomunikasi perusahaan televisi. Perkembangan ini mendorong perusahaan televisi untuk berbagi informasi secara lebih terbuka pada audiens (Arifianti & Adiarni, 2020). Hal ini membuat beberapa televisi swasta memanfaatkannya sebagai sarana komunikasi dan menyebarkan informasi. Perkembangan televisi lokal dimulai pada tahun 2000-an

Era digital ini menyebabkan penurunan intensitas penduduk Indonesia dalam menonton siaran televisi. Televisi kabel yang berkontribusi pada Juli 2024 hanya sebesar 26,7 % menurut laporan Nielsen perusahaan riset yang bergerak dibidang informasi global serta media. Laporan ini mengalami penurunan dari data Desember 2023 sebesar 28,2%. Penurunan tersebut berimbas pada penonton televisi lokal RBTv Yogyakarta. Permasalahan yang sering terjadi pada suatu

industri penyiaran hanya terfokus pada media penyiaran sehingga tidak memanfaatkan media sosial yang dimiliki dengan baik. Oleh karena itu stasiun televisi lokal seperti RBTv Yogyakarta tidak lagi bergantung pada media konvensional untuk menyebarkan beritanya. Observasi awal saat ini RBTv Yogyakarta telah beralih ke media multiplatform untuk mencapai konsep satu titik layanan dengan menggunakan platform seperti media sosial sebagai sumber berita. Melihat perubahan yang terjadi RBTv Yogyakarta melakukan beberapa pengembangan sistem media dengan menghadirkan bagian baru yaitu perencanaan konten media sosial yang diproduksi oleh tim media sosial. RBTv Yogyakarta berusaha untuk tetap eksis mengikuti perkembangan dunia pertelevisian dengan menyajikan berbagai informasi mulai dari berita terkini, tayangan live streaming, dan informasi hiburan juga disiarkan melalui media sosial.

Dalam pembuatan konten untuk media sosial RBTv Yogyakarta memerlukan perencanaan agar konten media sosial yang akan diproduksi terstruktur. Menurut Kamarullah & Putra dalam (Aliwijaya, 2023) kurangnya perencanaan pengelolaan media sosial membuat jadwal posting konten sering terlambat. Oleh karena itu tim media sosial memerlukan perencanaan yang dilakukan oleh *content planner*. *Content planner* merupakan posisi yang sedang populer dalam industri pemasaran digital saat ini. Terutama terkait dengan pertumbuhan media sosial yang sangat pesat. Tugas utama dari *content planner* merancang topik yang sesuai dengan strategi konten, menentukan jenis konten, taktik khusus agar dapat mencapai tujuan, mengoptimalkan waktu, membuat jadwal produksi konten serta menjadwalkan posting pada media sosial. Dengan menggunakan *content planner* akan membangun branding perusahaan serta membantu dalam pengelolaan media sosial yang terstruktur. Tim media sosial RBTv Yogyakarta membantu *content planner* dalam proses produksi konten. Pada proses tersebut diperlukan komunikasi sebagai fondasi penting guna tercapainya pemahaman dan kerjasama yang baik antar individu maupun kelompok.

Beberapa permasalahan yang kerap terjadi dalam sebuah organisasi disebabkan oleh tidak adanya keterbukaan dalam pengambilan keputusan serta kurangnya ruang komunikasi. Oleh karena itu perlu memahami pola komunikasi

yang diterapkan oleh tim ini menjadi penting untuk mengetahui efektivitas strategi komunikasi yang digunakan. Urgensi yang menjadi dasar pemilihan topik ini karena penelitian ini lebih spesifik yaitu menganalisis mengenai pola komunikasi *content planner* dalam konteks tim media sosial, mengingat pola komunikasi merupakan komponen penting dalam sebuah organisasi. Semakin banyaknya konten yang ada di platform media sosial, sangat penting bagi RBTV untuk memahami pola komunikasi yang dilakukan oleh tim dalam merencanakan konten media sosial. Penulis juga belum menemukan penelitian yang membahas secara spesifik dari sudut pandang pola komunikasi *content planner* pada tim media sosial sebagai topik penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pola komunikasi *content planner* pada tim media sosial RBTV Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pola komunikasi dari *content planner* pada tim media sosial RBTV Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat, baik dari segi teoritis yang penting dalam memperluas pemahaman tentang pola komunikasi *content planner* dengan konteks media sosial. Sementara manfaat praktis memberikan dampak langsung meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan dampak komunikasi mereka di media sosial serta dapat memperkuat hubungan dengan audiens.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang bagaimana pola komunikasi *content planner* pada tim media sosialnya saat ini dan meningkatkan pengetahuan tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh *content planner*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi pembaca, memberikan manfaat untuk menambah wawasan pembaca dan penulis khususnya mengenai permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.
2. Bagi mahasiswa, dengan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi mengenai pemahaman serta refrensi penelitian dibidang ilmu komunikasi khususnya pola komunikasi *content planner* pada tim media sosial RBTV Yogyakarta sebagai proses pengaplikasian teori – teori yang ada dibangu perkuliahan.
3. Bagi perusahaan, optimasi rencana konten dengan memahami lebih dalam tentang pola komunikasi *content planner*, tim media sosial RBTV Jogja dapat mengoptimalkan konten mereka.

1.5 Sistematika Bab

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang penelitian atau masalah yang menjadi pokok penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (teoritis dan praktis) dan sistematika penulisan bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan kajian atau penelitian terdahulu yang satu kesatuan yang sama, landasan teori, konsep operasional berdasarkan teori, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Melalui bab ini berisikan paling banyak bagian yaitu paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data apa yang digunakan untuk mengumpulkan data, waktu penelitian biasanya berapa lama peneliti akan melakukan penelitian, teknik analisis data apa yang digunakan untuk

mengolah data, dan Teknik keabsahan data untuk melihat data yang diambil sungguh dan bisa dipertanggungjawabkan.

BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan temuan dan pembahasan, merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian. Bab ini mempresentasikan hasil penelitian yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan, serta menganalisis dan mendiskusikan temuan-temuan tersebut.

BAB V : PENUTUP

Melalui bab terakhir yang ada pada penelitian ini, akan memberikan ringkasan yang jelas dan komprehensif tentang penelitian, serta rekomendasi yang bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak terkait.

