

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PENDENGAR MS RADIO

Yusran Yunus^{1*}, Mahpuddin¹

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako

Jln. Soekarna Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah

*Email: yusrannyunus@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *instagram* dalam membangun hubungan terhadap pendengar *MS Radio*. Penelitian ini dilakukan di *MS Radio*, Palu-Indonesia. Adapun informan merupakan pengurus dan pengikut akun sosial media *instagram MS Radio*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi komunikator. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini sebanyak empat (4) orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *MS Radio* memiliki tiga (3) akun sosial media yaitu: *instagram*, *twitter*, dan *facebook*. Media sosial *instagram* adalah media sosial utama yang digunakan karena fitur-fitur yang dimiliki *instagram* cukup membantu dalam menyebarkan informasi-informasi yang ingin mereka bagikan kepada khalayak. *instagram* sebagai alat bantu *MS Radio* dalam menjangkau khalayak seluas-luasnya. Sifat media sosial *instagram* yang mudah dan praktis menjadikan media sosial *instagram* sebagai alat bantu penyebaran informasi dan program yang mudah dijangkau dan diterima oleh khalayak, dalam memberikan informasi yang ingin diberikan kepada khalayaknya. Sehingga pesan yang disampaikan mudah diakses serta dapat diterima dengan cepat oleh pendengarnya.

Kata Kunci: Media Sosial; Instangram; MS Radio

Submisi: 15 Januari 2020

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Sejak bergulirnya UU No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran, saat ini dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti. Pertumbuhan penyiaran radio dan televisi baik di kota maupun di daerah meningkat sangat pesat. Pesatnya angka perkembangan radio swasta menyebabkan kecemasan, sebab tingkat persaingan atau kompetisi di industri ini juga semakin meningkat

Salah satu wujud signifikansi kemajuan teknologi adalah fenomena digitalisasi media. Digitalisasi media tumbuh berkat adanya kemajuan teknologi akhir-akhir ini. Perkembangan teknologi

yang pesat membuat segala sesuatu menjadi lebih praktis. Banyaknya temuan baru di dunia teknologi mempermudah berbagai macam aktivitas yang dilakukan dalam keseharian manusia. Mudahnnya mengakses informasi di berbagai media.

Beberapa stasiun radio di Kota Palu sudah mulai menggunakan media sosial sebagai media pendukung. Contohnya *MS Radio* yang hadir di beberapa media sosial, seperti *instagram*. Tujuan penggunaan akun *instagram* dilakukan untuk terus menarik perhatian para pendengarnya dan sebagai upaya dalam membangun hubungan dengan pendengarnya. Melalui media sosial *MS Radio* selalu meng-*update* info terbaru mengenai segmentasi acara, bahkan kuis berhadiah. Selain mendekati para

pendengar dengan penyiar, media sosial tersebut sangat berguna untuk menarik perhatian para pendengar.

Radio Sebagai Media Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) (Hidayat, 2011: 3-4). Radio adalah media massa yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu (Kasali, 1993: 121). Dalam masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio telah memenuhi kebutuhan yang dapat memicu perubahan pada masyarakat.

Kualitas daya pancar sebuah radio sangat ditentukan antara lain oleh tingginya antena dan kualitas peralatan yang dimilikinya. "Radio adalah suatu susunan implus elektronis yang disebut sinyal dan ditransmisikan oleh gelombang-gelombang elektromagnetis" (Kasali, 1993:128). Sinyal-sinyal radio ini memiliki tinggi (*amplitude*) dan lebar (*widher*). Lebar gelombang ini menunjukkan sinyal frekuensi radio tersebut.

Karakteristik radio siaran dalam memproduksi suatu siaran adalah auditori, mengandung gangguan, transmisi, *theatre of mind* dan identik dengan musik (Romli, 2004:22-23).

New Media

Istilah "*new media*" (media baru) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. *New media* merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergece, interactivity* dan *develoment of network* terkait penambahan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan menawarkan interaktivitas memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan

keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah merupakan konsep sentral pemahaman tentang *new media*, menurut Flew (Mc Quail, 2011: 89).

Carrie Heeter dalam Bayquni (2018: 232) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklasifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah beberapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada

khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi.

Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya.

Martin Lister (2009: 13-14) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, *hipertekstual*, *virtual*, jaringan, dan simulasi.

A. Digital

Media baru mengacu media yang bersifat digital dimana semua data diproses dan disimpan dalam bentuk angka dan keluarannya di simpan dalam bentuk cakram digital. Terdapat beberapa implikasi dari digitalisasi media yaitu dematerialisasi atau teks terpisah dari bentuk fisik, tidak memerlukan ruangan yang luas untuk menyimpan data karena data dikompres menjadi ukuran yang lebih kecil, data mudah diakses dengan kecepatan yang tinggi serta mudahnya data dimanipulasi.

B. Interaktif

Merupakan kelebihan atau ciri utama dari media baru. Karakteristik ini memungkinkan pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan memungkinkan pengguna dapat terlibat secara langsung dalam perubahan gambar ataupun teks yang mereka akses.

C. Hiperteks

Teks yang mampu menghubungkan dengan teks lain di luar teks yang ada. Hiperteks ini memungkinkan pengguna dapat membaca teks tidak

secara berurutan seperti media lama melainkan dapat memulai dari mana pun yang diinginkan.

D. Jaringan

Karakteristik ini berkaitan dengan ketersediaan konten berbagi melalui internet. Karakteristik ini melibatkan konsumsi. Sebuah contoh, ketika kita akan mengkonsumsi suatu teks media, maka kita akan memiliki sejumlah besar teks yang sangat berbeda dari yang tersedia dalam berbagai cara.

E. Virtual

Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

F. Simulasi

Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakter ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu.

Media Sosial

Media sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu, kelompok atau organisasi yang terhubung dan terjadi interaksi satu sama lain dengan menggunakan perantara teknologi informasi (Abugaza, 2013: 16). Sedangkan menurut Mandibergh bahwa media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*) (Nasrullah, 2017: 11).

Bahwa media sosial merupakan suatu media yang diakses dan dipergunakan oleh banyak orang dan tidak hanya digunakan saja akan tetapi dapat juga digunakan semaksimal mungkin dengan adanya kelebihan untuk memberikan respons terhadap apa yang mereka akses melalui internet Abugaza (2013: 20).

Namun Nasrullah menjelaskan dalam bukunya berjudul Media Sosial (2017: 12), bahwa media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya

maupun interaksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*

Pengantar media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain:

1. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar IT-pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah *smartphone*, komputer jinjing dan koneksi internet.

Media sosial menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan tidak dapat melakukan hal tersebut. Media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

2. Jangkauan Global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya yang sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

3. Terukur

Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektivitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti

kamera polaroid yang pada masanya lebih yang lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti *polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “*telegram*” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat (Atmoko, 2012:16).

Metode Penelitian

Tipe Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat deskriptif. Tipe ini digunakan untuk memberikan gambaran dan menguraikan tentang keseluruhan objek yang diteliti sesuai dengan data diperoleh. Jenis riset ini bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008: 69). Dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis sumber. Penelitian ini akan dilakukan berdasarkan metode studi komunikator yaitu studi mengenai komunikator sebagai individu maupun institusi (Kriyantono, 2006: 12).

Definisi operasional adalah variabel penting yang ada dalam setiap penelitian dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman penafsiran terhadap istilah-istilah yang ada dalam sebuah penelitian. Adapun definisi operasional yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. *MS Radio* adalah radio berbasis musik yang menyasar target market dewasa muda (25-39) yang akan menghadirkan beragam hal terbaru dan menarik seputar kota palu (lokal), nasional hingga informasi mancanegara.
2. Kegiatan penyiaran radio adalah media komunikasi massa berkarakter audio yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program teratur dan berkesinambungan.
3. Media Sosial adalah media yang sekarang *trend* dikalangan masyarakat karena para penggunanya dapat langsung berinteraksi satu sama

- lainnya, saling berbagi informasi dan mudah untuk berpartisipasi sehingga lebih mudah dalam berkomunikasi.
4. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.
 5. dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklasifikasi media, yaitu:
 - a. Dimensi kompleksitas adalah beberapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi yang diberikan dan waktu yang bisa digunakan untuk mengakses informasi yang diberikan oleh akun media sosial *instagram MS Radio*.
 - b. Dimensi besaran usaha adalah seberapa besar usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media sosial milik *MS Radio*. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat *MS Radio* dalam media sosial miliknya.
 - c. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. adalah seberapa cepat pihak *MS Radio* dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya dalam media sosial *instagram* milik *MS Radio*.
 - d. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. adalah bagaimana *MS Radio* dengan tingkat interaktivitas yang tinggi di media sosial *instagram* dapat memantau perilaku dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
 - e. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak *MS Radio* dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain.
 - f. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi di dalam akun media sosial *instagram* yang dimanfaatkan oleh *MS Radio*.
- Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dilakukan. Penelitian ini dilaksanakan di *MS Radio* Palu yang beralamat di Jl. Masjid Raya NO. 9A, Kel. Lolu Utara Kec. Palu Timur Sulawesi Tengah.
- Tehnik penentuan informan secara *Purposive* yaitu dengan cara menentukan informan berdasarkan keperluan peneliti dan dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari hasil penelitiannya. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi atau sampel (Suyanto, 2005: 171).
- Dalam penelitian ini peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan yang cukup mendalam dan memahami pemanfaatan media sosial dalam kegiatan *MS Radio* dalam memanfaatkan media sosial *instagram*. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri tiga orang yaitu :
- a. *General Manager MS Radio* (sebagai seorang yang mengelola harian *MS Radio* dan juga seorang yang merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi dan mengawasi semua aktifitas di *MS Radio*).
 - b. *Head Of Office* sekaligus admin *MS Radio* (sebagai seorang yang bertanggung jawab dalam mengelola akun media sosial *MS Radio*).
 - c. Selain informan dari *MS Radio* sebagai subjek penelitian utama,

penulis juga menetapkan subjek penelitian pendukung yang juga tidak kalah penting, yaitu khalayak *MS Radio* yang menjadi target radio tersebut. Penulis menetapkan dua orang khalayak atau pendengar *MS Radio* sebagai orang yang sering mendengar berbagai informasi dari *MS Radio*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Dapat mempertanggungjawabkan setiap pernyataan yang diucapkan untuk kebutuhan penelitian.
2. Pengikut *instagram MS Radio*.
3. Pernah mendengar siaran di *MS Radio* minimal 3 kali atau lebih selama tahun 2019.
4. Berdomisili di Kota Palu.

Untuk menunjang penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

- a) Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumber dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2008: 138). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara.
- b) Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber pada dokumen, buku-buku, literatur, majalah-majalah dan foto-foto yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai pelengkap data primer.

Menurut Bungin (2004: 42), bahwa metode pengumpulan data adalah dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang *valied* dan *reliabe*". Adapun aspek dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yang terdiri dari observasi dan wawancara mendalam. Berikut ini penjelasan tiga aspek tersebut yaitu :

- a) Observasi
- b) Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)
- c) Dokumentasi

Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Bogdan dan Biklen dalam Moleong, (2004: 248) mendefinisikan, analisis data kualitatif sebagai upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Maka data yang terkumpul dari hasil pengamatan dan wawancara lapangan selanjutnya dianalisis dan disajikan bukan dalam angka-angka tapi berupa kata-kata atau narasi. Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang disebutkan sebelumnya maka analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif..

Hasil dan Pembahasan Proses Produksi

Dari hasil penelitian terlihat bahwa *MS Radio* dalam membangun hubungan terhadap pendengarnya yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial *instagram* karena di era media digital sekarang pengguna media sosial telah mencakup semua kalangan masyarakat khususnya yang berada di Kota Palu seperti melalui media sosial *instagram*. Pemanfaatan media sosial *instagram* oleh *MS Radio* tersebut bertujuan untuk membagi mengenai informasi-informasi segment acara atau program-program yang dilakukan *MS Radio* sehingga pendengar *MS Radio* dapat dengan mudah mengetahui informasi-informasi apa saja yang diberikan oleh *MS Radio* sehingga pendengar *MS Radio* yang mengikuti akun media sosial *MS Radio* tersebut mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Namun Nasrullah menjelaskan dalam bukunya berjudul *Media Sosial* (2017: 12), bahwa media sosial adalah

medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun interaksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*

Pengantar media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain:

1. Kesederhanaan. Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan *MS Radio* memanfaatkan media sosial *instagram* yang sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar IT-pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah *smartphone*, mempunyai akun *instagram* dan koneksi internet untuk mendapatkan informasi yang disediakan oleh *MS Radio*. Dalam hal ini Media sosial *instagram MS Radio* menawarkan kesempatan untuk berinteraksi dengan pendengarnya melalui fitur-fitur yang tersedia di media sosial *instagram* dan yang mereka bagikan di postingan akun media sosial *instagram* milik *MS Radio* dan membangun hubungan terhadap pendengarnya. Media konvensional tidak dapat melakukan hal tersebut. Media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.
2. Jangkauan Global. Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya yang sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial *instagram MS Radio* dapat mengkomunikasikan dan membagikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Dengan memanfaatkan Media sosial *instagram* siapapun orang-orang yang menggunakan media sosial *instagram* dapat mengakses dengan mudah informasi yang telah dibagikan oleh akun media sosial *instagram MS Radio*.

3. Terukur. Dengan memanfaatkan media sosial *MS Radio* dapat melihat jumlah *followers* di media sosial dengan sistem tracking yang mudah melalui fitur insight. *MS Radio* menggunakan media sosial *instagram* dengan mudah mengetahui kenaikan dan perkembangan *followers MS Radio* pengiriman pesan yang dikirimkan oleh khalayak kepada *MS Radio* dapat terukur. sehingga *MS Radio* langsung dapat mengetahui efektivitas promosi dan informasi yang mereka bagikan dengan respon yang mereka dapat dari khalayak. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Kehadiran media sosial di era digital sekarang memberikan kemudahan bagi semua instansi baik instansi swasta maupun pemerintah dalam membagikan informasi karena media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar teknologi informasi pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah *smartphone* dan koneksi internet, begitu juga dengan *MS Radio*. Melihat semakin banyak pengguna media sosial di kalangan masyarakat membuat *MS Radio* untuk menggunakan serta memanfaatkan media sosial sebagai media pendukung terkait penyebaran informasi mengenai segment acara dan informasi program-program *MS Radio*. Sebagaimana yang di kemukakan oleh Abugaza (2013: 20), bahwa media sosial merupakan suatu media yang diakses dan dipergunakan oleh banyak orang dan tidak hanya digunakan saja akan tetapi dapat juga digunakan semaksimal mungkin dengan adanya kelebihan untuk memberikan respons terhadap apa yang mereka akses melalui internet.

Selanjutnya dalam memberikan informasi *MS Radio* telah memanfaatkan dua akun media sosial *instagram* yang pertama akun official @msradiopalu sebagai akun utama *MS Radio* dalam membagikan atau memberikan informasi

yang mereka ingin berikan kepada khalayaknya dan yang kedua adalah akun khusus program spesial @pct.msradiopalu yang khusus membahas semua tentang film, box office yang akan segera tayang di bioskop.

Carrie Heeter dalam Bayquni (2018: 232) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. beberapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi. *MS Radio* memanfaatkan dua akun *instagram* yang pertama adalah akun *official MS Radio @msradiopalu* dan akun khusus media sosial *instagram* program *Popcorn Time* yaitu @pct.msradiopalu untuk mempermudah pendengarnya memilah-milah informasi yang mereka akses dan butuhkan. Lalu waktu yang bisa digunakan untuk mengakses informasi yang diberikan oleh *MS Radio* cukup mudah untuk di akses karena pihak *MS Radio* tidak mengunci akun-akun media sosial *instagram* miliknya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media media sosial *instagram* milik *MS Radio* sangatlah mudah karena pihak *MS Radio* tidak pernah mengunci akun media sosial miliknya agar siapapun yang ingin mendapatkan informasi melalui *MS Radio* dapat dengan mudah mereka dapatkan. perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media sosial *instagram MS Radio* telah memberikan informasi dengan rutin dalam seminggu mereka sudah mengatur apa saja yang akan mereka bagikan untuk khalayak dapat menerima informasi yang diberikan oleh *MS Radio*.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. *MS Radio* dalam merespon dan menanggapi pesan-pesan yang diberikan kepada khalayaknya melalui akun media sosial *instagram*nya dengan cepat. Pesan yang diberikan oleh pendengar *MS Radio* cenderung melalui fitur *direct message* dan sangat minim pendengar memberikan pesan di kolom komentar terhadap *MS Radio* melalui gambar atau video yang diposting di halaman akun media sosial *instagram* milik *MS Radio*.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi. Pendengar *MS Radio* dapat dengan mudah memberikan kritik dan saran terhadap *MS Radio* seperti yang telah di kemukakan oleh Michael (39) jika merespon pesan apa yang diberikan khalayak *MS Radio* pasti akan merespon khalayak yang mengkritik dan memberi saran yang baik akan terima dengan baik oleh pihak *MS Radio*. Namun untuk saat ini *MS Radio* belum pernah menerima kritik di akun media sosial *instagram MS Radio*.
5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Dalam postingan di akun media sosial *instagram MS Radio* khalayak dapat dengan mudah membagikan informasi yang telah diberikan *MS Radio* melalui akun media sosial *instagram* miliknya dikarenakan adanya fitur *repost* di media sosial *instagram* dapat dengan mudah digunakan. Usaha khalayak dalam ikut andil dalam menyebarkan informasi-informasi yang telah diposting oleh akun media sosial *instagram MS Radio* dapat dengan mudah dilakukan oleh khalayak.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Dalam hal ini *MS Radio* telah memberikan ruang terhadap khalayak dalam berin-

teraksi ke sesama pendengar *MS Radio* dengan tidak mengunci akun dan tidak mengunci kolom komentar di akun media sosial *instagram MS Radio*. Namun di setiap postingan *instagram MS Radio* jarang didapatkan interaksi antar khalayak dapat terjadi.

Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Adapun menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2017: 11). bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi karena itu media sosial dapat dilihat dari medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Seperti yang dikatakan Van Dijk media sosial memberikan *MS Radio* kesempatan untuk melakukan berbagai macam atau aktifitas atau kolaborasi bersama mitra yang terkait isu yang mereka angkat. Kesempatan ini jelas memberikan *MS Radio* ruang dan mendapatkan eksistensi lebih di media sosial.

Dalam penggunaannya peran media sosial pada akun media sosial *instagram MS Radio* yang paling sering dilakukan yakni edukasi dan promosi kegiatan. Kedua konten ini menjadi konten yang paling sering di produksi di akun media sosial *MS Radio* karena visi dan misi *MS Radio* yang bersiaran untuk memajukan atau menghibur dan mengedukasi masyarakat kota Palu khususnya. dan memberikan informasi lokal, nasional, hingga internasional dan intertainment, musik, film dan informasi hiburan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa *MS Radio* memiliki 3 (tiga) akun sosial media yaitu : *instagram*, *twitter*, dan

facebook. Media sosial *instagram* adalah media sosial utama yang digunakan karena fitur-fitur yang dimiliki *instagram* cukup membantu dalam menyebarkan informasi-informasi yang ingin mereka bagikan kepada khalayak. *MS Radio* memilih *instagram* dari 3 (tiga) media sosial yang digunakan oleh *MS Radio* karena menurut pihak *MS Radio* media sosial *instagram* adalah media sosial yang paling *power full* untuk dimanfaatkan saat ini dibanding dengan media sosial lain, dan dengan fitur-fitur yang ada di dalam media sosial *instagram*. pihak *MS Radio* merasa membutuhkan fitur yang dimiliki oleh media sosial *instagram* karena dapat membantu membagikan dan mempromosikan apa saja informasi yang ingin mereka sebar. Menurut pihak *MS Radio* mereka tidak memanfaatkan media sosial *twitter* dikarenakan fitur yang ada dalam media sosial masih kurang membantu pihak *MS Radio* karena keterbatasan fitur yang ada dalam *twitter* yang utama yaitu penulisan yang terbatas sekalipun media sosial *twitter* media sosial yang cenderung lebih mengarah pada penulisan. Pihak *MS Radio* juga pernah memanfaatkan media sosial *facebook*, akan tetapi pihak *MS Radio* merasa fitur dalam media sosial *facebook* kurang dapat membantu karena keterbatasan jumlah pertemanan dan tidak adanya *feedback* dari khalayak *MS Radio* sehingga komunikasi yang dilakukan hanya menjadi satu arah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan memberikan beberapa saran sehubungan dengan penelitian ini, antara lain :

1. *MS Radio* sebagai media konvensional yang memiliki tiga media sosial, sebaiknya kedepannya tidak hanya berfokus pada satu media sosial saja seperti *instagram*. Walaupun sumber daya manusianya masih kurang, mungkin kedepannya bisa menggunakan media sosial lain

lebih setara agar bisa menjangkau khalayak lebih luas dari sebelumnya.

2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menggali lebih dalam hal yang menarik mengenai pemanfaatan media sosial pada program acara khusus *Popcorn Time* yang ada di *MS Radio*.
3. Diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pemanfaatan media sosial

Dafatr Pustaka

- Abugaza, Anwar. 2013. *Social media politica: gerak massa tanpa lembaga*. Jakarta: tali writing&publishing house
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram handbook*. Jakarta: PT. TransMedia
- Bayquni, 2018. Partisipasi Khalayak Media Online Terhadap Liptan6.com dalam Memenangkan Persaingan Industri Media Massa di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. Vol.1 No. 2
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hidayat, Nur Dedy. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Renald. 1993. *Managemen Periklanan*. Jakarta. PT.Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Pratis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Lister, M. 2009. *New Media: Acritical Introduction, Second edition*. New York. Routledge
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*McQuail, Edisi Keenam Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Ruli. 2017. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Romli, Asep Syamsul. 2004. *Broadcast Jurnalis*. Bandung. Bandung. Nuansa.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komuunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Sebagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media