

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan salah satu bukti nyata mengenai adanya perkembangan pada kecerdasan otak manusia. Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan manusia pun semakin banyak dan beragam oleh karena itu, mereka banyak menciptakan teknologi-teknologi untuk membantu memaksimalkan pekerjaan mereka, untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan juga untuk mempersempit waktu yang mereka butuhkan jika dikerjakan dengan bantuan teknologi. Banyak teknologi-teknologi canggih telah lahir di berbagai macam bidang salah satunya adalah dalam bidang komunikasi.

Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam, begitu juga sesuai dengan pendapat Subrato bahwa komunikasi massa adalah pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa kepada orang banyak (Rismawaty, Surya, & Prakasa, 2014). Sedangkan, definisi komunikasi dari Shannon dan Weaver adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi (Solihat et al., 2015). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu interaksi berupa proses pertukaran informasi antara dua

orang atau lebih yang dapat dimengerti serta dapat mempengaruhi antara kedua belah pihak yang berkaitan.

Seiring berjalannya waktu, proses komunikasi semakin canggih dengan bantuan teknologi yang melahirkan media untuk mempermudah komunikasi dengan banyak orang yang sering dijuluki sebagai komunikasi massa. Menurut Gerbner (1967) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Romli, 2016). Jadi, Komunikasi massa adalah suatu kegiatan komunikasi yang dapat menyampaikan dan menyebarkan informasi kepada khalayak umum dengan serentak melalui perantara media massa sebagai sarana untuk menunjang komunikasi tersebut.

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2010). Oleh karena itu media massa menggunakan media cetak, media elektronik, maupun media *online* sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Perbedaan antara komunikasi massa dengan media massa terletak pada fungsinya. Komunikasi massa sendiri merujuk pada proses komunikasi. Sedangkan, media massa merujuk pada sarana atau alat untuk menyalurkan informasi kepada khalayak luas.

Media Sosial adalah bagian dari media *online* dimana sebagai sarana untuk bersosialisasi secara daring (*online*) yang tanpa batas ruang dan waktu dengan

bantuan internet. Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi manusia dan sosial sebelumnya. Media sosial didefinisikan sebagai alat elektronik yang tersedia untuk membantu mempercepat dan meningkatkan kemampuan kita dalam berhubungan, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan orang lain (Jue, Marr, & Kassotakis, 2010).

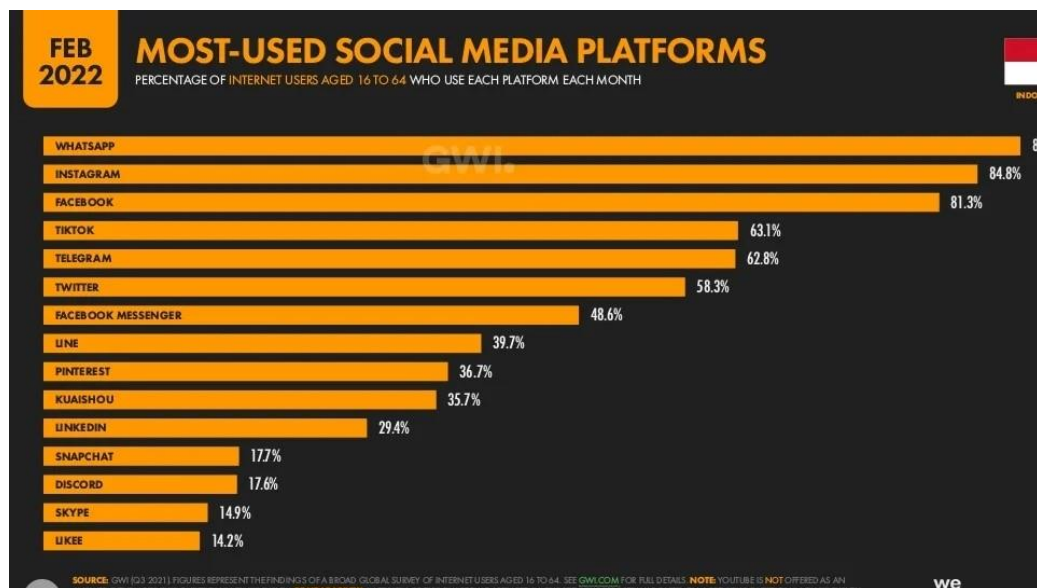
Jadi, melalui media social seseorang dapat mempublikasikan karyanya secara bebas berupa konten, promosi, artikel, foto, video, dll. Selain itu, media social juga telah merambat ke berbagai macam bidang seperti bidang ekonomi, pemasaran, kesehatan, pendidikan dan masih banyak lagi. Dengan adanya media social, banyak sekali usaha-usaha yang telah terbantu mempromosikan dan memperkenalkan produknya kepada khalayak umum serta tanpa disadari media social juga berperan penting dalam meningkatkan penilaian seseorang terhadap sesuatu seperti produk, perusahaan, lembaga, tempat wisata, dll. Banyaknya pengguna media social yang aktif dan media social juga dapat diakses dengan mudah serta biaya yang terjangkau itu merupakan factor penting dari banyaknya pengguna media social yang memanfaatkannya untuk berbisnis. Contoh platform dari media social seperti Facebook, Twitter, Youtube, Email, Instagram, dan masih banyak lagi.

Salah satu media yang akhir-akhir ini sering digunakan adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu platform media social yang memberikan layanan kepada para penggunanya untuk dapat mengunggah foto dan video. Media social Instagram adalah salah satu media komunikasi yang memiliki berbagai macam

fitur didalamnya seperti *followers*/pengikut, unggah foto dan video (*Feed*), *Insta Story*, *like*, komentar, simpan unggahan, IG TV, Tag foto dan video dengan pengguna lainnya, *Direct Message* (DM), *Reel*, *Security Check Up*, dan masih banyak lagi.

Berdasarkan hasil penelitian I'tikoh (2018) menyatakan bahwa penggunaan akun media sosial instagram @humaskebumen berpengaruh terhadap citra Instansi Pemerintah Kabupaten Kebumen. Begitu juga hasil penelitian dari Fadiyah & Simorangkir (2021) menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram dapat membangun citra positif Joko Widodo dibuktikan melalui akun instagram miliknya dengan membangun kesan di hadapan masyarakat meliputi imengunggah foto-foto keberhasilannya sebagai presiden, misalnya seperti membangun infrastruktur di berbagai tempat di Indonesia, dan mempunyai banyak like pada setiap postingannya.

Berikut ini adalah gambar data bersumber dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> yang memperlihatkan data mengenai platform media social yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada bulan Februari 2022:



Gambar 1. 1 Platforms Media Sosial yang banyak digunakan

Sumber : Andi.Link

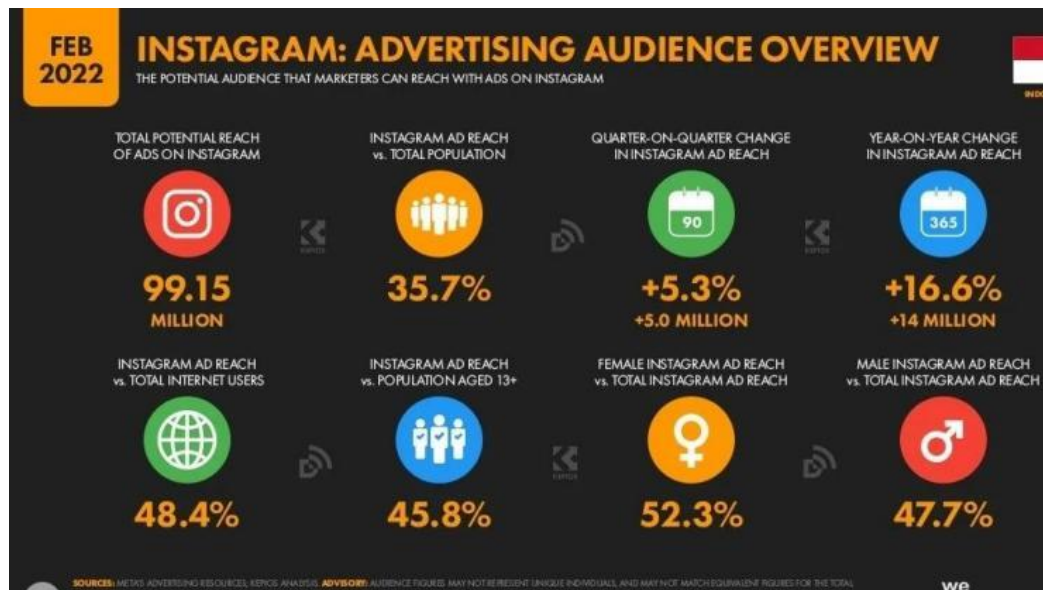
Berdasarkan gambar diatas, memperlihatkan data pada bulan Februari 2022 mengenai platform media social yang banyak digunakan di Indonesia. Pada gambar tersebut, media social yang banyak digunakan mulai dari Whatsapp hingga Ukee. Dalam data tersebut, Instagram menempati posisi kedua setelah Whatsapp sebagai platform media social yang banyak digunakan di Indonesia sebanyak 84,8 % dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 86,6% (turun).

Penggunaan media social Instagram yang memiliki berbagai macam manfaat dalam kegunaannya. Contohnya pada saat mengupload konten berupa foto maupun video berdurasi pendek yang dibarengi dengan keterangan (*caption*) seputar keseharian maupun promosi bisnis, fitur-fitur pada Instagram pun beraneka ragam yang tanpa disadari dapat mengasah keterampilan dan kreativitas penggunanya serta dapat menghibur diri sendiri dan orang lain, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan banyak orang yang

dikenal maupun tidak dikenal. Oleh karena itu, tanpa kita sadari ada banyak juga kejahatan yang muncul melalui media social Instagram.

Sampai saat ini, hampir seluruh masyarakat dunia menggunakan media social yang sudah seperti gaya hidup sehari-harinya. Menurut Chris Heuer terdapat 4C dalam penggunaan media sosial, yaitu *context* (isi pesan), *communication* (komunikasi), *collaboration* (kerja sama), *connection* (hubungan) dalam (Solis, 2010). Dalam hal *context* (isi pesan) berisi bagaimana bentuk penyampaian pesan yang dibuat dengan format tertentu dengan berfokus pada tata bahasa yang digunakan, *communication* (komunikasi) berisi bagaimana cara kita dalam menyampaikan pesan serta cara dalam hal mendengarkan, merespon, dan agar pesan dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan, *collaboration* (kerjasama) berisi bagaimana kerja sama antara kedua belah pihak yang saling berkaitan dalam menyampaikan pesan tersebut kepada khalayak agar lebih efisien dan efektif, dan terakhir ada *connection* (hubungan) berisi bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat termasuk dengan khalayak serta berusaha untuk selalu mempertahankan hubungan baik tersebut.

Berikut ini adalah gambar data bersumber dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> yang memperlihatkan data mengenai banyaknya pengguna platform media social Instagram di Indonesia pada bulan Februari 2022:



Gambar 1. 2 Penggunaan Instagram sebagai Advertising

Sumber : Andi.Link

Berdasarkan gambar diatas, Jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Februari 2022 adalah sebanyak 99,15 juta jiwa (tahun 2021 sebanyak 85 juta jiwa). Presentase perkiraan jumlah pengguna Instagram di Indonesia dengan total populasi Indonesia sebanyak 35,7%. Presentase seperempat tahun perkiraan jumlah pengguna Instagram di Indonesia bertambah sebanyak 5,3% atau setara dengan 5 juta. Presentase perubahan dari tahun ke tahun pada perkiraan jumlah pengguna Instagram di Indonesia bertambah sebanyak 16,6% atau setara dengan 14 juta. Presentase perkiraan jumlah pengguna Instagram di Indonesia dengan total pengguna internet di Indonesia sebanyak 48,4%. Presentase perkiraan jumlah pengguna Instagram di Indonesia dengan populasi remaja Indonesia yang berumur diatas 13 tahun sebanyak 45,8%. Presentase perkiraan jumlah pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan di Indonesia sebanyak 52,3 % Sedangkan, presentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki di Indonesia sebanyak 47,7 %.

Dari data diatas, secara tidak langsung juga media social Instagram mempengaruhi segala aspek termasuk pekerjaan. Saat ini, banyak perusahaan maupun instansi yang menggunakan media social sebagai jembatan penghubung dengan masyarakat dalam memberikan informasi. Ini semua didukung dengan lahirnya Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang merupakan dorongan pemerintah agar perusahaan maupun instansi dapat terbuka kepada public mengenai informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dengan adanya keterbukaan informasi public tersebut, maka perusahaan maupun instansi berupaya memanfaatkan media social sebagai sarana untuk berinteraksi dengan public dan juga untuk menyebarluaskan informasi kepada public mengenai kegiatan atau program yang diseenggarakan, menampung dan mengelola aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan public guna membangun dan meningkatkan citra dan reputasi di mata publik. Salah satunya adalah Radio Mandiri 102 FM Cilegon. dimana kondisi tersebut menjadi nilai penting bagi radio yang menjadi salah satu penghubung antara Pemerintah Kota Cilegon dengan masyarakat.

Peran *followers* sendiri selalu ikut meramaikan dalam setiap program-program Radio Mandiri 102 FM Cilegon selenggarakan di Instagram seperti memberikan tanda *like* pada setiap unggahan, menonton *prodcats* pada IGTV, memberikan komentar pada unggahan, dan merequest lagu-lagu melalui komentar *instastory*. Selain itu, pihak radio sendiri sangat terbuka terhadap masukan

maupun ulasan dari para *followers*. Jadi, para *followers* dapat dengan bebas memberikan ide atau masukan kepada Radio Mandiri 102 FM Cilegon.

Program tersebut semakin menambah *follower* dan sekaligus membuat citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon semakin dikenal. *Followers* dapat menilai sendiri dari unggahan-unggahan yang ditampilkan oleh akun Instagram @102mandirifm serta informasi yang di cantumkan dalam biodata pada akun tersebut. Selain itu, *followers* juga dapat menilai interaksi kedua belah pihak.

Melalui media social Instagram, public dapat memantau yang berkaitan dengan kegiatan atau program radio maupun pemerintah serta peristiwa-peristiwa yang terjadi di Kota Cilegon. Sehingga, tuntunan untuk selalu menjaga citra yang baik di mata public semakin besar. Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu object tertentu (Ruslan R. , 2010). Artinya citra adalah suatu kepercayaan, nilai dan kesan seseorang terhadap sesuatu. Citra merupakan bagian terpenting dari suatu individu, organisasi, perusahaan dan lembaga. Membangun citra yang baik di mata masyarakat dapat di mulai dari media sosial yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga tersebut. Dengan mencantumkan berbagai informasi penting yang dibutuhkan oleh masyarakat, berisikan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan, mempromosikan barang atau jasa yang dikelola, serta memberikan wadah bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertanya dengan pihak perusahaan atau lembaga.

Pada pertengahan tahun 2019, beredar kabar bahwa Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio Mandiri 102 FM milik Pemkot Cilegon terancam bubar. Hal tersebut karena Mandiri 102 FM tidak mendapatkan anggaran dalam

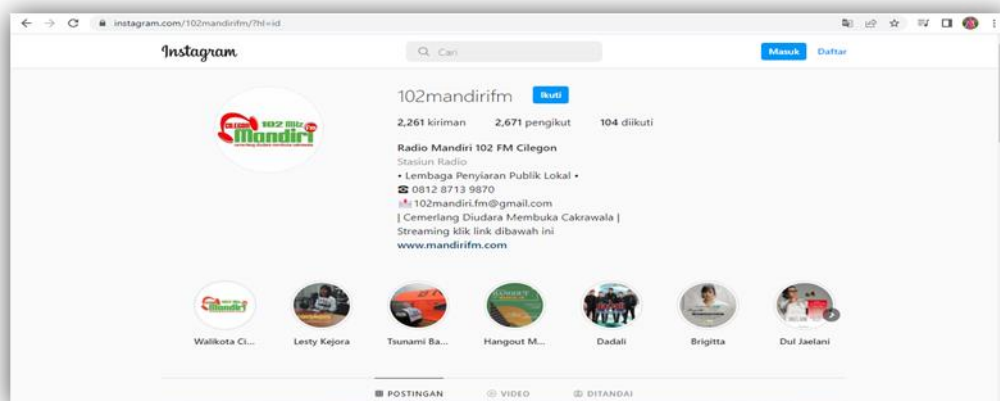
perubahan APBD 2019 Kota Cilegon. (www.kabarbanten.com diakses pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 16:15 WIB).

Dengan adanya kabar tersebut telah menurunkan citra dan reputasi Radio Mandiri 102 FM Cilegon. Karena masyarakat yang setia mendengarkan dan yang tertarik dengan program radio sendiri menjadi percaya terhadap kabar tersebut yang mengakibatkan berkurangnya antusiasme masyarakat terhadap radio. Hal tersebut mendorong pihak radio untuk lebih meningkatkan kinerjanya serta memperluas salurannya ke berbagai macam platform media sosial supaya masyarakat percaya bahwa Radio Mandiri 102 FM Cilegon tidak bubar. Selain itu juga pihak radio berusaha untuk meningkatkan citra dan reputasi Radio Mandiri 102 FM Cilegon di mata publik.

Berdasarkan hasil penelitian Hikmat (2018) menyatakan bahwa hasil kajian menyimpulkan sebagai berikut: 1) Eksistensi media sosial dengan beragam bentuk dan cara memberikan peluang besar, baik bagi eksistensi kelembagaan DPRD maupun eksistensi personal anggota DPRD, baik bagi peningkatan citra positif maupun citra negatif DPRD ketika menjalankan fungsi pembuatan peraturan daerah, pengawasan, dan keuangan dalam persepsi rakyat; 2) Strategi pemanfaatan media sosial yang efektif bagi DPRD sebagai wakil rakyat adalah strategi persuasif dengan menggunakan model alternatif penyebaran informasi yang lebih menguatkan pelibatan komponen pokok, mengekspose secara intensif ide-ide, peristiwa, kegiatan atau substansi informasi yang bernilai kebaikan dan kelebihan (sisi positif) yang ada pada DPRD serta memainkan, menyamarkan, atau menyembunyikan (*downplay*) aspek-aspek sisi negatif. Begitu pula dengan

hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriananta & Wijaya (2018) bahwa penelitian menunjukkan penggunaan media online maupun media sosial sangat berdampak signifikan dalam mempengaruhi citra positif sebagai universitas dengan keberagaman etnis dan pencapaian prestasinya, sehingga khalayak terpengaruh dan terdidik oleh berita tersebut.

Radio Mandiri 102 FM Cilegon adalah radio yang berada di bawah naungan DISKOMINFO Kota Cilegon yang berdiri sejak tahun 2005. Radio Mandiri 102 FM Cilegon berslogan “Cemerlang Diudara Membuka Cakrawala” selalu menyiarkan peristiwa-peristiwa terkini yang terjadi di tengah masyarakat Kota Cilegon dan sekitarnya serta menyiarkan pula berita-berita terbaru yang sedang marak dibicarakan oleh khalayak umum. Seiring dengan perkembangan zaman, peminat pendengar radio pun semakin sedikit. Oleh karena itu, Radio Mandiri 102 FM Cilegon membuka akun resmi mereka pada beberapa macam platform seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi radio di kalangan masyarakat.



Gambar 1.3 Official Account Instagram @102mandirifm

Sumber : [instagram.com/@102mandirifm](https://www.instagram.com/102mandirifm).
Diakses pada tanggal 29 April 2022 pukul 12.58 WIB

Sebagai pelayanan informasi publik, Radio Mandiri 102 FM Cilegon memiliki akun Instagram sendiri sejak 1 Maret 2018. Saat ini, pengikut akun Instagram tersebut sebanyak 2.671 akun dengan postingan sebanyak 2.261. Dalam akun Instagramnya sendiri Radio Mandiri 102 FM Cilegon selalu mengunggah peristiwa penting yang terjadi di Kota Cilegon setiap harinya. Biasanya dalam sehari akun Instagram @102mandirifm mengunggah kurang lebih 6 *postingan* dengan mencantumkan juga *caption* (keterangan) pada setiap unggahannya. Selain itu, dalam akun instagram tersebut juga dicantumkan hal-hal menarik seputar Radio Mandiri 102 FM Cilegon seperti mengunggah tentang *podcast* bersama bintang tamu melalui IGTV dan juga mengunggah para bintang tamu yang datang ke radio untuk mengajak para *followers* mendengar perbincangan menarik tersebut. Selain itu, akun Instagram tersebut juga mengunggah kegiatan-kegiatan Walikota Cilegon serta kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Cilegon dan Radio Mandiri 102 FM Cilegon.

Salah satu stasion radio yang sudah lama muncul dan merupakan salah satu pesaing kuat yaitu radio 91.80 TopFM Cilegon dan juga sering melakukan live streaming melalui instagram @topfm_cilegon yang telah banyak pengikutnya kurang lebih 6.204 dan 462 postingan. Begitu juga dengan program-program yang menarik bagi para pendengar dan pengikutnya di instagram. Selain itu radio 91.80 TopFM Cilegon juga terdapat pesaing lain yaitu radio 105.2 PASS FM Cilegon dengan instagram @clgpassradio dengan pengikut sebanyak 2.311 dengan 1.111 Postingan. Jika melihat jumlah pengikutnya memang radio Mandiri 102 FM Cilegon masih dibawah kedua stasion radio tersebut, namun lebih banyak pada

Radio Mandiri 102 FM Cilegon selalu rutin mengunggah konten postingan berupa informasi terkini dibandingkan dengan kedua akun Instagram radio lainnya.

Dengan adanya akun Instagram ini, Radio Mandiri 102 FM Cilegon berusaha untuk memperluas jangkauannya bukan hanya melalui media penyiaran berupa radio saja melainkan juga merambat pada media sosial salah satunya Instagram. Dalam akun instagramnya, berisi tentang berita mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi setiap harinya di tengah masyarakat Kota Cilegon dan sekitarnya yang disajikan dengan foto ataupun video dengan caption atau keterangan sesuai fakta dan data, berisikan pula mengenai kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Radio Mandiri 102 FM Cilegon baik kegiatan yang bersifat internal maupun eksternal, dan juga mengenai seputar siaran radio. Semua konten tersebut diupload dengan semenarik mungkin agar dapat menarik para pengikutnya (*follower*). Pengenalan melalui media sosial Instagram juga memerlukan keterampilan dan menggunakan susunan kata yang jelas serta sesuai dengan Ejaan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai bentuk keterbukaan informasi publik yang dijalankan oleh pihak radio dibawah naungan Pemerintah dalam menghadapi semua masalah yang beredar serta menanamkan citra positif baik bagi Pemerintah maupun Radio Mandiri 102 FM Cilegon di mata masyarakat.

Menurut data jumlah penduduk Kota Cilegon meningkat dari 441.490 jiwa pada 2020 menjadi 452.991 jiwa pada 2021 bertambah 11.501 orang dalam kurun waktu setahun. Kemudian jumlah stasiun radio di kota cilegon ada tiga

stasiun radio yaitu Radio TOP 91,8 FM , Radio Cilegon Pass FM 105,2, Dan Radio Mandiri 102 FM Cilegon. Dengan adanya perkembangan teknologi terutama internet, banyak pemirsa yang beralih dan tidak lagi menjadi pendengar radio. Berdasarkan informasi dari Radio Mandiri 102 FM Cilegon telah terjadi penurunan pendengar setia 135.900 atau 30 % dari jumlah penduduk kota Cilegon turun menjadi kurang lebih 15% atau sebanyak 67.950 pendengar yang masih setia. Artinya, masih aktif mengikuti program-program radio seperti menyapa sanak saudara, merequest lagu, dan memasang iklan di radio.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Radio Mandiri 102 FM Cilegon adalah beradaptasi dengan teknologi digital yaitu menggunakan salah satu media sosial instagram. Karena instagram paling banyak digunakan oleh remaja dan mudah digunakan. Maka dengan menggunakan media sosial instagram ini diharapkan dapat meningkatna citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon dan menarik kembali pendengar setianya. Dengan demikian fokus penelitian ini pada penggunaan media sosial instagram khususnya untuk meningkatkan citra Radio Mandiri 102 FM umumnya untuk menarik kembali para pendengar setia

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasinya adalah *followers* akun instagram Radio Mandiri 102 FM Cilegon yaitu @102mandirifm mengenai pandangan dan kesan mereka terhadap akun Instagram tersebut dengan menyebarkan kuesioner kepada beberapa *followersnya*.

Berdasarkan uraian diatas, penting untuk mengetahui efektivitas media social Instagram @102mandirifm sebagai salah satu media untuk mengetahui citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon di kalangan *followers*, maka menentukan

rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu **“Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan ***Context (konteks)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
2. Sejauhmana Efektivitas ***Communication (komunikasi)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
3. Sejauhmana Efektivitas ***Collaboration (kerjasama)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
4. Sejauhmana Efektivitas ***Connection (hubungan)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
5. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap **Karakteristik (*personality*)** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
6. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap **Reputasi (*reputation*)** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?

7. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap **Nilai (*value*)** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?
8. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap **Identitas Perusahaan (*corporate identity*)** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjelaskan, menguraikan, mengetahui, dan mencari Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm dalam Meningkatkan Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*. Untuk hasilnya akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi, yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan **Context (konteks)** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
2. Untuk mengetahui Efektivitas **Communication (komunikasi)** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.

3. Untuk mengetahui Efektivitas ***Collaboration (kerjasama)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
4. Untuk mengetahui Efektivitas ***Connection (hubungan)*** Instagram @102mandirifm Terhadap Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
5. Untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap ***Karakteristik (personality)*** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
6. Untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap ***Reputasi (reputation)*** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
7. Untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap ***Nilai (value)*** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.
8. Untuk mengetahui Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Terhadap ***Identitas Perusahaan (corporate identity)*** Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan manfaat serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai pengembangan pengetahuan dari Ilmu Komunikasi, khususnya

mengenai komunikasi massa. Selain itu, diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan informasi baru bagi peneliti mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Dalam Meningkatkan Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.

2. Bagi Universitas Komputer Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas Komputer Indonesia sebagai bahan literature atau referensi bagi peneliti yang akan meneliti hal yang sama. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa-mahasiswa lainnya.

3. Bagi Media

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media sebagai bahan referensi dan evaluasi mengenai sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @102mandirifm Dalam Meningkatkan Citra Radio Mandiri 102 FM Cilegon Di Kalangan *Followers*.