

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI TVRI SUMATERA SELATAN  
PADA ERA NEW MEDIA**

***SOCIAL MEDIA MANAGEMENT IN TVRI SOUTH SUMATERA  
IN THE NEW MEDIA ERA***

**Aprilina Dwi Astuti**

Program Studi Manajemen Teknik Studio Produksi  
Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta  
*Email: aprilinad@gmail.com*

***Abstract***

*The presence of new media has expanded the concept of broadcasting through the internet network that make the broadcasting process interactive. Audience has the opportunity to interact with broadcasters through a variety of social media platforms. TVRI South Sumatra as one of the government television stations has used social media to establish communication with the public. The purpose of this study is to determine the management of social media at TVRI South Sumatra. The research approach used in this research was qualitative with descriptive methods, and data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. The result shows that social media on TVRI South Sumatra is managed based on Official Note No. 208 / II.5 / TVRI / 2019 about the Appointment of Social Media Management Officers. The social media officers update content every day with an average of posted content ranging from 1 to 4 contents. The posted content includes broadcast promos and agenda of activities carried out by TVRI South Sumatra. Audience response rate to TVRI South Sumatra social media in the form of likes and comments on social media accounts for the period August 2019 is very low, less than 1%. Based on these results it is known that the interest of the user audience to interact through social media is very low, it is related to the content uploaded on social media pages that are less attractive and more focused on ceremonial activities carried out by management that are less related to the interests of the audience. This research recommends TVRI South Sumatra to make changes to the management of social media as a separate division, so that the social media officers can concentrate fully on handling broadcast promos through social media accounts.*

***Keywords:*** *social media management, TVRI South Sumatra, New Media Era*

**Abstrak**

Kehadiran *new media* telah memperluas konsep penyiaran melalui jaringan internet sehingga menjadikan proses penyiaran bersifat interaktif. Khalayak mempunyai kesempatan untuk melakukan interaksi dengan penyelenggara siaran melalui berbagai macam *platform* media sosial. TVRI Sumatera Selatan sebagai salah satu stasiun televisi pemerintah telah memanfaatkan media sosial untuk menjalin komunikasi dengan khalayak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial di TVRI Sumatera Selatan dikelola berdasarkan Nota Dinas No. 208/II.5/TVRI/2019 perihal Penunjukan Petugas Pengelola Media Sosial. Pengelola melakukan pembaharuan konten setiap hari dengan rata-rata konten yang diposting berkisar 1 sampai dengan 4 konten. Konten yang diposting meliputi promo siaran dan agenda kegiatan yang dilakukan TVRI Sumatera Selatan. Tingkat Respon khalayak terhadap media social TVRI Sumatera Selatan berupa *like* dan komentar pada akun media social periode bulan Agustus 2019 sangat rendah kurang dari 1 %. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa minat khalayak pengguna untuk melakukan interaksi melalui media sosial sangat rendah, hal ini

berkaitan dengan konten-konten yang diunggah pada laman media sosial kurang menarik dan lebih fokus pada kegiatan-kegiatan seremonial yang dilakukan oleh jajaran manajemen yang kurang berkaitan dengan kepentingan khalayak. Rekomendasi hasil penelitian untuk TVRI Sumatera Selatan yaitu untuk melakukan perubahan pengelolaan media sosial sebagai divisi tersendiri, sehingga para pengelola dapat berkonsentrasi penuh untuk menangani promo-promo siaran melalui akun media sosial.

**Kata kunci:** pengelolaan media sosial, TVRI Sumatera Selatan, era *new media*

## PENDAHULUAN

*New media* berasal dari dua kata *new* yang berarti baru dan *media* yang berarti perantara. Jadi media baru bisa dikatakan sebagai sarana perantara yang baru. Baru yang dimaksud disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Namun media baru yang dimaksud disini merupakan suatu istilah untuk sesuatu yang mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20 (Juni Soehardjo, 2011:65).

*New media* merupakan media yang memanfaatkan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara *privat* maupun secara *public*. *New media* muncul setelah media komunikasi konvensional cukup lama digunakan oleh masyarakat Indonesia. *New media* ini tercipta dan berkembang setelah terjadi kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi, khususnya pada teknologi digital, komputer dan internet. Blog, media sosial, dan website merupakan contoh aplikasi yang termasuk dalam media komunikasi baru (Mondry, 2008 : 13).

Salah satu bagian dari *new media* adalah "Network Society". "Network society" merupakan formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal organisasi dari

segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

*New media*, menawarkan konsep penyiaran yang berbeda, siaran televisi tidak lagi hanya dapat ditonton melalui televisi kabel atau sinyal UHF, tetapi kini .dapat dinikmati dengan jaringan internet, baik dalam *bentuk live streaming* atau pemutaran biasa dari arsip yang telah disediakan. Pada awalnya siaran yang berlangsung di televisi tidak dapat dinikmati oleh setiap orang, dengan hadirnya teknologi internet siaran yang telah ditayangkan dapat disimpan dalam bentuk arsip video untuk dikirimkan melalui media internet melalui teknologi *streaming*, selanjutnya dapat dinikmati oleh masyarakat yang tidak dapat menyaksikan *live program* pada siaran televisi. *Live streaming* juga bisa digunakan untuk mengatasi proses transmisi siaran pada daerah *blank spot area*, dimana siaran televisi tidak bisa dinikmati karena terkendala pada proses transmisi menggunakan pemancar televisi.

Keunggulan *new media* dibandingkan dengan transmisi siaran melalui jalur terrestrial adalah umpan balik yang bisa diberikan pada program siaran yang ditayangkan oleh stasiun televisi sebut saja program acara Suara Anda (Metro TV) yang disiarkan pada 19.05– 20.00

WIB. Program acara ini memungkinkan khalayaknya dapat berinteraksi dengan memilih dan mengomentari berita pilihannya. Tak ketinggalan program berita Liputan 6 (SCTV) memberikan ruang bagi khalayak untuk menyiarkan berita yang mereka himpun sendiri melalui program tayangan terestrialnya Liputan 6 Pagi Akhir Pekan termasuk kanal Citizen 6 untuk Citizen Journalism atau pewarta warga pada portal berita liputan6.com. Fenomena ini menjelaskan adanya unsur interaktivitas yang menjadi ciri khas media pemberitaan era masyarakat informasi, yang di dalamnya, khalayak tak cuma memiliki kesempatan untuk memberikan pesan namun memodifikasi isi pesan yang disajikan (Straubhaar & LaRose, 2006).

Selain interaktivitas yang ditawarkan, *new media* juga memiliki karakteristik yang tidak kalah penting, yaitu digitalisasi. Tidak dapat dipungkiri lagi, media penyiaran dengan platform digital memiliki banyak kelebihan dibandingkan media analog atau konvensional. Selain membuka jalur komunikasi dua arah, media baru era informasi memiliki performa kualitas tayangan serta sebaran yang lebih luas. Karakter terakhir yang diusung adalah *Audience Generated*, bahwa *new media* memungkinkan khalayak mendistribusikan konten yang mereka himpun sendiri (Straubhaar & LaRose, 2006).

Interaktivitas media televisi dan penggunaannya dijalin melalui beberapa *platform* media sosial seperti facebook, twitter, google+ maupun Instagram. Dengan menggunakan media sosial penyedia siaran bisa menginformasikan dan mempromosikan program siarannya kepada khalayak, melakukan interaksi secara langsung dengan setiap

pengguna. Interaksi dengan penonton atau pengguna siaran pada era *new media* ini sangat dibutuhkan untuk mengikat penonton setianya. Dengan menggunakan media sosial pengguna siaran bisa memberikan masukan secara langsung kepada penyedia siaran untuk memperbaiki konten siarannya.

TVRI Sumatera Selatan, sebagai stasiun penyiaran televisi milik pemerintah juga sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan siarannya dan menjalin komunikasi dan kolaborasi. Media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan adalah facebook @tvrisumsel, Instagram @tvrisumsel, twitter @tvrisumsel dan youtube TVRI Sumatera Selatan.

Berdasarkan pengamatan penulis selama satu bulan pada bulan Juli 2019 kondisi media sosial yang dikelola TVRI Sumatera Selatan digambarkan pada uraian berikut ini. Untuk facebook @tvrisumsel diikuti 1.031 orang dan disukai oleh 1.001 orang. Pada kurun waktu tersebut, setiap hari pengelola facebook @TVRISumatera Selatan memposting konten, yaitu konten yang berupa repost dari konten promosi siaran oleh akun facebook @TVRINasional berkisar 70%, dan konten tentang aktifitas kegiatan yang dilakukan oleh TVRI di Sumatera Selatan 30%. Jumlah *follower* yang menyukai konten-konten yang diposting oleh akun facebook @tvrisumsel berkisar antara 3 sampai 38 orang. Komentar *follower* ada pada 2 postingan, yaitu post berisi lagu rohani oleh karyawan TVRI Sumatera Selatan dalam rangka menyambut lebaran sebanyak 5 komentar, dan 1 komentar untuk post ucapan hari Raya Idul Fitri oleh Kepala Stasiun TVRI Sumatera Selatan.

Pada akun Instagram @tvrisumsel diikuti oleh 2.514 *followers*. TVRI Sumatera Selatan bergabung dengan Instagram sejak tanggal 27 Desember 2017. Sampai bulan Juli 2019 konten yang diposting berjumlah 365 post. Dari hasil pengamatan penulis konten yang diposting periode 1 Juli sampai dengan 31 Juli 2019 berjumlah 27 post. Postingan yang berisi konten promosi program siaran dari akun Instagram @tvrinasional sebanyak 20 buah atau 74%, konten postingan dari Direktur TVRI sebanyak 1 buah atau 4%, dan konten postingan dari pengelola Instagram @tvrisumsel berisi konten kegiatan direktur TVRI selama berada di TVRI Sumatera Selatan sebanyak 6 buah atau 22%

Pada akun twitter @tvrisumsel yang bergabung dengan twitter mulai bulan Juni 2019 diikuti oleh 909 *followers*. Setiap hari pengelola media sosial melakukan posting konten berupa promo siaran dan kegiatan yang dilakukan oleh jajaran manajemen di TVRI Sumatera Selatan. Dari pengamatan penulis konten yang diposting pada akun twitter @tvrisumsel kurang disukai oleh pengguna. Rata rata jumlah *like* pada setiap konten hanya berkisar 1 sampai 3 buah. Selain itu juga tidak ditemukan adanya komentar pada setiap postingan.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan diperoleh informasi bahwa interaksi pengguna terhadap akun media sosial TVRI Sumatera Selatan cukup rendah, sehingga penulis ingin menggali secara mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi oleh pengelola media sosial di TVRI Sumatera Selatan. Permasalahan yang akan digali meliputi hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial, jumlah personel pengelola media sosial,

beban tugas yang diterima oleh masing-masing anggota, jumlah dan jenis konten yang diunggah setiap harinya pada akun media sosial facebook, twitter dan Instagram, jumlah *like* dan komentar yang direspon pengguna pada setiap konten yang diunggah, serta interaksi antara pengguna dan pengelola media sosial di TVRI Stasiun Sumatera Selatan.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada manajemen TVRI Sumatera Selatan tentang pengelolaan media sosial yang telah dilakukan selama ini. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk pihak pengelola media sosial TVRI Sumatera Selatan, dalam memaksimalkan penggunaan akun media sosial yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai sarana menjalin hubungan positif yang dilakukan melalui komunikasi dan kolaborasi dengan pengguna. Bentuk komunikasi dan kolaborasi dapat dilakukan dengan memberikan jajak pendapat atau penelitian khalayak mengenai program siaran yang digemari oleh pengguna ataupun program-program siaran yang perlu dilakukan perbaikan baik berkaitan dengan konten siaran maupun berkaitan dengan kualitas transmisi siaran.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Penelitian mengenai Interaksi Pengguna media telah dilakukan oleh Ikbal Rahmad, dkk (2017) menyatakan bahwa Peranan media online bagi program pesbukers sangat penting, dimana media sosial youtube sangat mendukung dalam memperkenalkan program Pesbukers untuk khalayak di wilayah-wilayah yang tidak terjangkau siaran terestrial ANTV, dan dengan aspek interaktifnya yang bisa

dilakukan oleh pengguna internet tersebut baik untuk memilih episode tayangan, memberikan komentar maupun hanya sekedar memberi tanda (suka/tidak suka).

Aceng Abdullah, dkk (2018) Menyatakan bahwa Keberadaan televisi di era internet ini mulai terganggu (*disrupted*) oleh keberadaan media sosial. Media hiburan dan informasi bagi sebagian khalayak khususnya generasi milenial mulai mengandalkan media sosial untuk menggantikan dua fungsi media massa tersebut. Pola menonton TV pun telah berubah. Penonton tidak sepenuhnya terpaku oleh jam siaran dan waktu siaran. Di era internet orang bisa menonton TV kapan saja dan dimana saja. Selain itu, menonton acara TV pun tidak harus selalu dari pesawat televisi, tetapi banyak penonton, khususnya generasi milenial yang menonton melalui gadget, smartphone atau laptop. Jika televisi konten siarannya diatur dan diawasi dengan sangat ketat, media sosial masih sangat bebas. Penonton bisa menonton apa saja termasuk tontonan yang sangat dilarang untuk disiarkan di televisi, melalui media sosial tontonan terlarang itu dengan sangat mudah dan bebas dapat ditonton oleh siapa saja.

Biancha Michelle (2019) dalam penelitiannya mengenai Instagram TV: Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial, menyatakan bahwa Adanya konvergensi media salah satunya Instagram Tv memungkinkan masyarakat untuk memiliki channel TV pribadi dan dapat membuat kontennya secara bebas. Belum adanya regulasi yang mengatur konten yang boleh ditayangkan di Instagram Tv ini, memberikan peluang kepada pengguna untuk menciptakan konten-konten yang tidak sesuai dengan kaidah

Pancasila, baik pada konten penyiaran maupun komentar dengan bahasa-bahasa tidak pantas yang ditujukan kepada publik figur atau orang yang mengunggah konten pada Instagram Tv.

Wibisono Gunawan (2017) menegaskan bahwa media baru dalam berbagai bentuknya tidak bisa dipandang sebelah mata. Penggunaan media baru yang sudah menjadi keseharian bagi masyarakat pada umumnya, khususnya anak muda, mempunyai pengaruh signifikan terhadap nasionalisme. Hasil penelitian menunjukkan, pengaruh penggunaan media sosial GNFI berpengaruh signifikan terhadap nasionalisme sebesar 15,47%. Di tengah kekhawatiran akan tergerusnya nasionalisme, media baru hadir sebagai alternatif medium penguatan nasionalisme. Khususnya bagi anak-anak muda. Situs website dan media sosial *Good News From Indonesia* merupakan salah satu jenis media baru yang telah memiliki banyak pengikut. Hasil penelitian ini juga telah membuktikan variabel dari penggunaan media sosial GNFI telah mempengaruhi secara signifikan perilaku nasionalisme anak muda bagi penggunanya.

Penulis juga telah melakukan penelitian mengenai interaksi khalayak TVRI pada era New Media di LPP TVRI Kalimantan Selatan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Pengelolaan media sosial di TVRI Kalimantan Selatan dilakukan berdasarkan kesadaran dari beberapa staf Teknik, staf pemberitaan dan staf program produksi siaran. Belum ada surat keputusan secara tertulis dari jajaran manajemen yang mengatur pengelolaan media sosial.

Media sosial yang dikelola oleh TVRI Kalimantan Selatan meliputi Website

<http://tvrikasel.tv/>, facebook @Tvri Kalsel, Instagram dan @tvrikasel\_official. Pengelola tidak melakukan pembaharuan informasi setiap hari, pembaharuan konten dilakukan terutama jika ada event atau peristiwa penting seperti peristiwa terjadinya gempa yang merenggut banyak korban jiwa, peringatan hari besar atau hari-hari nasional dan pengenalan program-program acara yang ditayangkan pada Stasiun Televisi Kalsel maupun Stasiun Televisi Nasional.

Respon media dalam hal ini TVRI Kalimantan Selatan terhadap khalayak tidak dapat terukur hal ini disebabkan umpan balik pengguna social media sangat rendah berkisar 0,34 % untuk pengguna facebook @tvrikasel dan 0,035 % untuk pengguna Instagram @tvrikasel\_official. Rendahnya umpan balik pengguna disebabkan konten yang ditayangkan hanya sekedar memberikan informasi tanpa dibarengi memberikan kesenangan kepada pengguna. Konten yang ditayangkan juga tidak memberikan rangsangan dan motivasi kepada pengguna untuk menjalin komunikasi guna mengetahui informasi yang lebih mendalam mengenai TVRI Kalimantan Selatan.

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (*web two point-o*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk mengunduh informasi

sejalan dan karena itu tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. *Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life* dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna media untuk memiliki pengalaman siaran. Pentingnya Web 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara di mana individu mendapatkan interaksi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata (Littlejohn, 2009:686).

Faktanya terbukanya peningkatan partisipasi masyarakat dalam penyajian setiap berita. Persaingan atau kompetisi media massa dapat ditelaah dari sudut ekologi. Aulia Andri mengutip Levin (dalam Sendjaja, 1996) menguraikan faktor-faktor yang dapat dilihat dalam mencermati ekologi (lingkungan hidup) media massa dan ketatnya persaingan media massa. Pertama, sumber penunjang kehidupan atau iklan yang disebut *niche breadth*. Kedua, faktor penggunaan sumber penunjang kehidupan atau rubrik yang disebut *niche overlap*. Sedangkan pandangan Kotler sendiri melihat bahwa para pelanggan (konsumen) semakin sulit dipuaskan.

Pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik (Littlejohn, 2009:686). Salah satu bagian dari *new media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata

lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20). Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru/new media/ media online sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan di sama ratakan dengan media konvensional (<http://media.kompasiana.com>).

### **Media Sosial**

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Menurut Nasrullah (2015), untuk menyusun definisi media sosial, kita perlu melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan

pengenalan individu terhadap individu lain (human cognition) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (human communication) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (users) bekerja sama (human cooperation) (Fuchs, 2008).

Melalui media sosial, pengguna dapat menjalin persahabatan dan berbagi dengan pengguna lainnya tanpa ada hambatan berupa jarak dan waktu. Media sosial menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi masyarakat untuk saling berbagi, bercerita dan menyalurkan ide-idenya. Akibatnya, masyarakat melakukan migrasi virtual untuk berinteraksi di ruang maya/virtual agar dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya. Jika sebelumnya, komunikasi dan interaksi kita hanya sebatas tatap muka, maka hal tersebut semakin terpanjangkan dengan hadirnya media sosial. Contoh social media adalah facebook, tweeter, google+, path, Instagram dan masih banyak lagi. Melalui media sosial seseorang dapat bertemu kembali teman-teman lama, membangun silaturahmi yang dahulu sempat terputus dan dapat berkomunikasi dengan lancar walaupun berjauhan. media sosial juga dapat digunakan sebagai media promosi online untuk mempermudah seseorang yang ingin mempromosikan barang dagangannya.

Media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk berdiskusi yang tepat. komentar yang ditulis seseorang secara bebas, akan direspon oleh orang lain, sehingga disini dapat dijadikan sebagai ajang tukar pikiran yang baik. Hal ini sangat menarik sebab di satu sisi

masyarakat jadi lebih mudah berkomunikasi jarak jauh. Dengan hadirnya media sosial di era *new media* ini juga dimanfaatkan stasiun televisi untuk mempromosikan program acaranya kepada khalayak. Khalayak bisa memberikan masukan yang positif untuk perbaikan program acara pada sebuah stasiun penyiaran. Karjaluto (2008:2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Media sosial dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi.

## **PENGELOLAAN/MANAJEMEN**

Dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan mencapai tujuan yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan mencapai tujuan (Daryanto, 1997:348).

Marry Parker Follet (1997) mendefinisikan pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang

terkait dengan pencapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu tersebut, terdapat tiga faktor yang terlibat: 1) Adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-faktor produksi lainnya. 2) Proses yang bertahap mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan. 3) Adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan (Eny Trisnawati, 2009:6).

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan adalah proses melakukan kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh sekelompok staf di TVRI Sumatera Selatan berdasarkan Surat Tugas Penunjukkan untuk mencapai tujuan. Tujuan dari pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan adalah untuk mengkoordinasikan setiap bagian di TVRI Sumatera Selatan meliputi seksi pemberitaan, seksi siaran, dan seksi teknik dalam melakukan pengelolaan media sosial yang meliputi perencanaan konten media sosial, proses pembuatan konten beserta pembagian penugasannya, sampai pada melakukan koreksi konten sebelum diunggah ke media sosial.

Adapun konten media sosial di TVRI Sumatera Selatan meliputi promo siaran dan kegiatan manajemen baik yang dilakukan di dalam lingkungan TVRI seperti kegiatan hari besar keagamaan dan kegiatan sosial yang dilakukan oleh seluruh staf TVRI maupun yang kegiatan dilakukan di luar TVRI seperti kunjungan pimpinan TVRI ke beberapa tempat untuk melakukan kerjasama dan penguatan organisasi TVRI.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu ingin menggambarkan realita empirik dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas, mencocokkan realita empiris dengan teori yang berlaku menggunakan metode deskriptif.

Peneliti ingin mengkaji secara mendalam dan memaparkan dalam tulisan ini berkenaan dengan pengelolaan media yang aktivitasnya dapat diamati melalui akun-akun media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan seperti facebook @tvrisumsel, Instagram @tvrisumsel dan twitter @tvrisumsel. Sebelum melakukan penelitian Penulis telah melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap kondisi akun media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan. Fenomena di lapangan interaksi khalayak terhadap konten-konten yang diposting pada akun media sosial sangat rendah. Untuk itu penulis ingin mengetahui hal-hal yang menyebabkan rendahnya interaksi khalayak pada akun media social yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian berupa kata-kata, gambar, foto, tindakan, sumber tertulis, data yang bersifat nonverbal, dan data statistik (sebagai data tambahan guna melengkapi data utama) yang dikumpulkan melalui, (1) wawancara mendalam (*indepth interview*), (2) observasi, dan (3) penelaahan terhadap dokumen tertulis terkait pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan. Wawancara dilakukan dengan pengelola media sosial TVRI Sumatera Selatan mengenai pengelolaan media sosial, jenis konten yang diposting pada akun media

sosial dan seberapa cepat tanggapan pengelola media sosial terhadap respon dari khalayak yang memberikan komentar pada akun media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan

Observasi dilakukan pada akun media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan meliputi akun media sosial facebook @tvrisumsel, Instagram @tvrisumsel dan akun twitter @tvrisumsel. Observasi dilakukan untuk menganalisis konten yang diposting selama 1 bulan pada bulan Agustus 2019 dari tanggal 1 sampai dengan tanggal 31 Agustus 2019. Analisis konten meliputi jenis konten yang diunggah, siapa yang mengunggah konten, berapa orang yang menyukai konten yang diunggah, berapa orang yang memberikan komentar pada konten yang diunggah, isi komentar dan seberapa lama pengelola media sosial memberikan tanggapan kepada khalayak yang mengirimkan komentarnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Selama 10 tahun terakhir cara masyarakat mengonsumsi informasi telah berubah secara dramatis. Berita hari ini datang kepada masyarakat dari berbagai sumber dan dalam berbagai format, tidak hanya melalui stasiun televisi ataupun stasiun radio tetapi melalui berbagai platform social media seperti facebook, Instagram, Twittter, Website, Youtube dan lain sebagainya.

Platform digital menawarkan ruang yang sangat luas untuk menceritakan dan mempromosikan program siaran dari sebuah stasiun televisi dengan lebih cepat, jelas, dan interaktif. Penelitian ini ingin mendiskripsikan keadaan TVRI Sumatera Selatan dalam

mengadaptasi platform social media dalam rangka mendukung proses siarannya, bagaimana pengelolaan social media di TVRI Sumatera Selatan apakah sudah dipergunakan sebagaimana mestinya untuk lebih memperkenalkan program siarannya kepada khalayak.

### **Pengelolaan Media Sosial**

Selama beberapa tahun pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan belum ditentukan secara resmi melalui surat keputusan penugasan. Selama beberapa tahun pengelolaan social media hanya dikelola oleh Sdr. Hermawan sebagai Koordinator Unit TIK. Pengelolaan media sosial secara resmi baru dikeluarkan pada tanggal 1 Agustus 2019 dengan dikeluarkannya Nota Dinas No. 208/II.5/TVRI/2019 perihal Penunjukan Petugas Pengelola MedSos. Adapun pegawai yang diberi tugas adalah:

Tugas pengelola media sosial merupakan tugas tambahan yang diberikan oleh Kepala Stasiun TVRI Sumatera Selatan selain tugas pokok dari masing-masing personalnya. Adapun tugas dari pengelola media sosial adalah untuk mempromosikan TVRI Stasiun Sumatera Selatan melalui media sosial Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube.

Menurut Sdr. Himawan sebagai Koordinator pengelola media sosial belum membuat *jobdesk* atau pembagian tugas pengelolaan media sosial, setiap hari pengelola media sosial yang terdiri satu orang koordinator beserta empat orang anggotanya melakukan tugas bersama-sama. Setiap anggota masing-masing bisa masuk ke akun media sosial yang dikelola oleh TVRI Sumsel meliputi Instagram @tvrisumsel, Facebook @tvrisumsel, Twitter @tvrisumsel dan youtube TVRI Sumsel.

Mekanisme pengelolaan media sosial, setiap hari diawali dengan melihat program

**Tabel 1. Data Pengelola Media Sosial TVRI Sumatera Selatan**

NO.	Nama Pejabat	Profesi
1.	Himawan, S.Kom	Koordinator Pengelola Medsos
2.	Tirta Darma Wanagiri	Anggota
3.	Muzhar Apandi	Anggota
4.	M Budi Darmawan	Anggota
5.	Frans Reza	Anggota

acara yang akan ditayangkan selanjutnya dilakukan perekaman pengisi acara yang akan tayang bisa berupa gambar ataupun video untuk ditayangkan sebagai promo di media sosial. Untuk kegiatan-kegiatan lain seperti pesan pada peringatan hari-hari Nasional ataupun keagamaan bisa dilakukan menggunakan media grafis. Konten grafis dibuat bekerja sama dengan bagian grafis selanjutnya oleh pengelola bisa ditayangkan pada media sosial. Selain kegiatan promo siaran, media sosial di TVRI Sumsel juga berisi agenda kegiatan yang dilakukan oleh jajaran manajemen TVRI Sumsel meliputi kegiatan kunjungan ataupun kegiatan kerjasama antara TVRI Sumsel dengan pihak lain. Kegiatan live streaming dilakukan setiap hari mulai pukul 08.00 – 10.00 dan pukul 16.00 – 18.00 melalui Media social facebook dan youtube. Berikut ini dijelaskan mengenai kondisi media social yang dikelola oleh TVRI Sumatera selatan meliputi Facebook @tvrissumsel, Instagram @tvrissumsel, Twitter @tvrissumsel dan Youtube TVRI Sumatera Selatan

Dari Surat Penunjukkan Tugas Pengelola Medsos yang diberikan kepada staf sebagai tugas tambahan ini memberikan dampak bertambahnya beban kerja staf yang ditugaskan sebagai pengelola media sosial. Akibat dari tugas yang bertumpuk tersebut menurunkan kreatifitas para pengelola media sosial yang terlihat pada konten yang diunggah pada laman media sosial, dimana konten-konten yang diunggah menjadi kurang kreatif tanpa memikirkan kepentingan penggunanya. Konten yang diunggah lebih fokus memikirkan kepentingan lembaga, kurang mempedulikan apakah khalayak suka atau tidak suka konten

yang diunggah. Hal ini dapat dilihat dari konten yang diunggah berkenaan dengan aktifitas para pejabat di lingkungan TVRI Sumatera Selatan yang tidak ada sangkut pautnya dengan kepentingan pengguna.

Sebagai sebuah stasiun penyiaran milik pemerintah seharusnya TVRI Sumatera Selatan mulai menyesuaikan dengan perubahan gaya hidup masyarakat, dalam mengakses program siarannya, dengan menempatkan pengelola media sosial sebagai salah satu divisi penting yang para pengelolanya difokuskan pada pekerjaan mengelola media sosial di TVRI Sumatera Selatan.

Berbeda dengan kondisi TVRI Sumatera Selatan, kebanyakan pengusaha bisnis televisi swasta mulai memutar otak untuk tetap mempertahankan eksistensi televisinya. Sehingga, sejak beberapa tahun terakhir stasiun televisi swasta sudah mulai membuat Divisi *New Media* sebagai sebuah strategi pemasaran baru di era Internet sekarang ini.

Melihat fenomena penggunaan terbesar Internet dengan mengakses Jejaring Sosial, maka Divisi *New Media* di Televisi menggunakan jejaring sosial juga untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat dan untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Mereka mulai menawarkan dan memperkenalkan program-program tayangannya lewat jejaring sosial sehingga masyarakat mempunyai kesadaran tentang adanya program tersebut di televisi.

Sebagai sebuah stasiun penyiaran milik pemerintah TVRI Stasiun Sumatera Selatan belum menempatkan pengelola media sosial sebagai salah satu divisi yang independent, menurut Kepala Stasiun TVRI Sumatera Selatan

hal ini disebabkan TVRI sedang mengalami berbagai permasalahan baik yang berkaitan dengan masalah dana maupun SDM. Pengembangan sebuah divisi baru selalu berkaitan dengan membengkaknya dana yang harus dikeluarkan oleh TVRI Sumatera Selatan yang saat ini sumber dana yang ada sudah di poskan pada masing-masing bidang sesuai dengan tupoksinya. Sedangkan permasalahan Sumberdaya Manusia, saat ini TVRI Sumatera Selatan dihadapkan pada jumlah SDM yang terbatas baik dari segi jumlah maupun dari segi kemampuan di bidang IT. Untuk melakukan pengelolaan media sosial dibutuhkan tenaga kerja muda yang kreatif dan mempunyai kemampuan di bidang IT. Kemampuan di bidang IT meliputi kemampuan mengoperasikan hardware maupun software yang digunakan untuk mendukung pembuatan konten-konten media sosial, selain itu juga dibutuhkan SDM yang mampu mengendalikan peralatan jaringan IT sehingga jika sewaktu-waktu terjadi kendala mereka mampu mengatasi secara mandiri.

### **Media Sosial Facebook**

Akun Facebook @tvrisumsel diikuti 1023 pengguna disukai oleh 988 orang konten-konten yang diposting meliputi promo siaran, agenda kegiatan jajaran manajemen, kegiatan hari besar keagamaan dan hari-hari nasional. Selain untuk memposting siaran, akun facebook @tvrisumsel juga digunakan untuk mentransmisikan live streaming program acara yang ditayangkan setiap hari untuk pagi dari pukul 08.00 – 10.00 dan sore hari pada pukul 16.00 – 18.00. Konten yang diposting melalui akun facebook @tvrisumsel periode 1 agustus sampai dengan

31 agustus 2019 ada sejumlah 20 konten meliputi 16 konten (80%) berisi promo siaran dan 4 (20%) konten berisi agenda kegiatan di TVRI Sumatera Selatan

Jika dilihat dari konten yang diunggah pada akun facebook @tvrisumsel dari tanggal 1 Agustus sampai dengan tanggal 31 Agustus 2019 pengelola medsos tidak mengunggah konten di facebook setiap hari, dari hasil pengamatan penulis pengelola hanya mengunggah konten secara rutin dari tanggal 1 agustus sampai 8 agustus, lalu ada satu konten lagi diunggah pada tanggal 20 agustus 2019, masing-masing konten yang diunggah setiap harinya sebanyak satu konten sampai yang terbanyak 5 konten unggahan. Konten yang diunggah berupa promo-promo program siaran yang ditayangkan TVRI Sumatera Selatan setiap harinya dan agenda kegiatan dari Kepsta ke beberapa tempat di wilayah Sumatera Selatan.

Untuk *live streaming* program siaran periode 1 agustus sampai 31 agustus 2019 diunggah setiap hari pada akun facebook @tvrisumsel. Jika melihat kemampuan dan fitur-fitur yang ada di facebook, maka pengelola social media khususnya pengelola facebook di TVRI Sumatera Selatan belum mengoptimalkan kemampuan facebook untuk melakukan promosi program-program siarannya agar masyarakat Sumatera Selatan dapat mengenal program-program yang disiarkan secara mudah dan cepat. Banyak fitur yang bisa digunakan untuk promosi di facebook seperti menu acara, siaran langsung, group, penggalangan dana, kabar halaman dan menu promo belum digunakan secara maksimal oleh pengelola.

### **Media Sosial Instagram @tvrisumsel**

Akun Instagram @tvrisumsel diikuti oleh 2479 pengguna, sampai tanggal 14 November 2019 sudah ada sebanyak 427 konten yang diposting. Akun Instagram ini sudah terintegrasi dengan akun youtube [www.youtube.com/TVRISumsel](http://www.youtube.com/TVRISumsel). Dari hasil pengamatan penulis konten yang diposting di Instagram @tvrisumsel periode 1 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2019 ada sebanyak 56 konten meliputi kegiatan promo siaran 35 konten atau 62,5%, liputan agenda kegiatan di TVRI Sumatera Selatan sebanyak 21 konten atau 37,5%. Respon masyarakat dari konten yang diposting paling rendah disukai 12 pengguna dan paling tinggi disukai oleh 147 pengguna.

### **Media Sosial Twitter @tvrisumsel**

Akun Twitter @tvrisumsel diikuti oleh 909 pengguna, TVRI Sumatera Selatan bergabung dengan social media twitter mulai bulan Juni 2011. Akun twitter @tvrisumsel juga terintegrasi dengan akun Instagram @tvrisumsel. Dari pengamatan penulis pada akun twitter @tvrisumsel dari tanggal 1 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2019 ada sejumlah 45 konten yang diposting di twitter @tvrisumsel meliputi kegiatan promo siaran sebanyak 30 konten atau 66,67% dan liputan agenda kegiatan di Stasiun TVRI Sumatera Selatan sebanyak 15 konten atau 33,33%. Rata-rata konten yang diposting hanya disukai oleh 1 atau 2 pengguna twitter.

Dari hasil pengamatan penulis Konten-konten yang diunggah pada laman media sosial facebook, twitter dan Instagram saling

terintegrasi satu sama lain sehingga isi konten yang diunggah pada ketiga media sosial tersebut mempunyai materi yang sama. Berbeda dengan kondisi media sosial stasiun televisi swasta yang betul-betul dikelola secara profesional, setiap program acara yang ditayangkan dibuatkan media sosial tersendiri. Setiap program acara di promosikan secara terus-menerus dengan mengemas konten promosi semenarik mungkin sehingga disukai oleh pengguna.

Dari pengamatan penulis selama satu bulan dari tanggal 1 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2019 pengelola media sosial juga belum memanfaatkan *tool* yang tersedia pada akun media sosial untuk mengunggah konten-konten yang berisi pertanyaan ataupun jajak pendapat dari pengguna terhadap konten-konten yang ditayangkan oleh TVRI Sumatera Selatan.

### **Tingkat Respon khalayak terhadap media sosial TVRI Sumatra Selatan**

Tingkat respon masyarakat pengguna social media terhadap akun media social yang dikelola TVRI Sumatera Selatan meliputi akun media social facebook @tvrisumsel, akun Instagram @tvrisumsel, akun twitter @tvrisumsel dan akun youtube.com/TVRI Sumatera Selatan ditandai dengan jumlah Like (suka) dan jumlah komentar terhadap konten-konten yang diposting pengelola medsos TVRI Sumatera Selatan. Berikut ini adalah data respon media social yang dikelola TVRI Sumatera Selatan periode 1 Agustus sampai 31 Agustus 2019 :

**Tabel 2. Respon Khalayak terhadap Media Sosial TVRI Sumatera Selatan**

NO.	AKUN MEDIA SOSIAL	Jumlah Pengikut	Jumlah Posting	Jumlah Komentar	Jumlah Like Terendah dan Tertinggi
1.	facebook @tvrisumsel	1033	21	6	3 – 33
2.	Instagram @tvrisumsel	2508	60	30	11 – 121
3.	twitter @tvrisumsel	909	44	-	1 – 3

Dari data di atas terlihat bahwa respon khalayak terhadap konten yang di posting oleh pengelola medsos TVRI Sumatera Selatan masih rendah. Respon khalayak yang menyukai konten yang di posting pada akun facebook @tvrisumsel dari setiap konten berkisar 33 yang terendah dan yang tertinggi 11 pengguna. Jika dibandingkan dengan jumlah pengguna facebook @tvrisumsel 1033 maka prosentase terendah dari pengguna yang menyukai konten yang di posting pada facebook @tvrisumsel adalah 0,01% sedangkan yang tertinggi 0,031%. Jika dibandingkan dengan jumlah konten yang di posting facebook @tvrisumsel selama 1 bulan yaitu 21 konten maka rata-rata prosentase konten yang menarik untuk direspon pengguna hanya berkisar 0,286%.

Respon khalayak yang menyukai konten yang di posting pada akun instagram @tvrisumsel dari setiap konten berkisar 11 yang terendah dan yang tertinggi 121 pengguna. Jika dibandingkan dengan jumlah pengguna instagram @tvrisumsel 2508 maka prosentase terendah dari pengguna yang menyukai konten yang di posting pada instagram @tvrisumsel adalah 0,004% sedangkan yang tertinggi 0,048%. Jika dibandingkan dengan jumlah konten yang di posting Instagram @tvrisumsel selama 1 bulan yaitu 60 konten maka rata-rata

prosentase konten yang menarik untuk direspon pengguna hanya berkisar 0,5%.

Respon khalayak yang menyukai konten yang di posting pada akun twitter @tvrisumsel dari setiap konten berkisar 1 yang terendah dan yang tertinggi 3 pengguna. Jika dibandingkan dengan jumlah pengguna instagram @tvrisumsel 909 maka prosentase terendah dari pengguna yang menyukai konten yang di posting akun twitter @tvrisumsel adalah 0,001% sedangkan yang tertinggi 0,003%. Selama periode 1 bulan Agustus pengelola medsos TVRI Sumatera Selatan memposting sejumlah 44 buah konten, dan dari 44 buah konten yang di posting tersebut tidak ada yang mendapatkan respon komentar dari penggunanya.

Adapun isi komentar yang dikirimkan melalui akun social media TVRI Sumatera Selatan berkisar pertanyaan yang menyangkut seputar tayangan dari TVRI Sumatera yang tidak bias ditangkap di lokasi tertentu di wilayah Sumatera Selatan dan kualitas audio yang kurang baik. Dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis, pengelola tidak merespon pertanyaan ataupun komentar dari para pengguna tersebut. Menurut penjelasan dari Sdr. Hermawan sebagai Koordinator pengelola medsos semua pertanyaan yang diajukan oleh

pengguna akan dijawab secara langsung oleh pengelola melalui direct message, dengan alasan untuk menjawab pertanyaan dari pengguna pengelola medsos membutuhkan diskusi terlebih dahulu dengan jajaran manajemen yang lebih menguasai permasalahan sesuai dengan yang ditanyakan oleh pengguna. Setelah mendapatkan jawaban yang tepat selanjutnya pengelola akan menjawab pertanyaan pengguna melalui pesan langsung.

Rendahnya peran serta khalayak dalam melakukan interaksi dengan social media yang dikelola oleh TVRI Sumatera Selatan disebabkan beberapa hal. Menurut Wayne Buente dan Alice Robbin [1] melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas-aktivitas informasi internet warga Amerika antara Maret 2000 hingga Nopember 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet. Dimensi-dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

Jika dikaitkan dengan penelitian Wayne Buente dan Alice Robbin mengenai klasifikasi aktivitas penggunaan internet meliputi informasi, dan kesenangan maka dapat dilihat bahwa sesuai pengamatan penulis selama 1 bulan pada bulan Agustus dimulai tanggal 1 sampai dengan 30 Agustus 2019, informasi yang disajikan oleh TVRI Sumatera Selatan melalui media sosial facebook, Instagram dan twitter kurang menarik dan kurang memberikan kesenangan bagi penggunanya. Konten-konten yang diunggah ditujukan hanya untuk memberikan informasi kepada khalayak

mengenai aktivitas yang dilakukan di TVRI Sumatera Selatan seperti terlihat pada table 1 table 2 dan table 3 diatas. Dari sisi komunikasi konten-konten yang diunggah pada facebook, Instagram dan twitter juga kurang memberikan stimulus kepada pengguna untuk mengirimkan komentarnya, sehingga proses komunikasi antara pengelola dan penggunanya sangat rendah. Facebook Instagram dan twitter TVRI Sumatera Selatan tidak menyediakan aktifitas transaksi untuk penggunanya.

## SIMPULAN

Pengelolaan media sosial di TVRI Sumatera Selatan dilakukan berdasarkan Nota Dinas No. 208/II.5/TVRI/2019 perihal Penunjukan Petugas Pengelola MedSos yang beranggotakan lima orang terdiri satu orang Koordinator Pengelola Medsos dan empat orang anggota. Pengelola medsos melakukan pengelolaan akun media social yang dimiliki oleh TVRI Sumatera Selatan meliputi facebook @tvrisumsel, Instagram @tvrisumsel, twitter @tvrisumsel dan akun youtube TVRI Sumatera Selatan. Pengelola melakukan pembaharuan konten setiap hari dengan rata-rata konten yang diposting setiap hari berkisar 1 sampai dengan 4 konten. Adapun konten yang diposting meliputi promo siaran dan agenda kegiatan yang dilakukan TVRI Sumatera Selatan.

Tingkat Respon khalayak terhadap media social TVRI Sumatra Selatan berupa like dan komentar pada akun media social periode bulan Agustus 2019. Untuk respon khalayak yang menyukai konten pada akun facebook @tvrisumsel berkisar 0,01% dan yang tertinggi 0,031%. Sedangkan prosentase konten yang mendapatkan respon komentar dari pengguna

hanya berkisar 0,286%. Untuk respon khalayak yang menyukai konten pada akun Instagram @tvrisumsel berkisar 0,004% dan yang tertinggi 0,048%. Prosentase konten yang mendapatkan respon komentar dari pengguna Instagram @tvrisumsel hanya berkisar 0,5%. Untuk respon khalayak yang menyukai konten pada akun twitter @tvrisumsel berkisar 0,001% dan yang tertinggi 0,003%. Tidak ada komentar dari pengguna terhadap konten-konten yang diposting pada akun twitter @tvrisumsel

#### **SARAN**

Untuk mengantisipasi perkembangan teknologi yang sangat cepat yang dibarengi dengan bermunculannya media baru yang memberikan kemudahan kepada khalayak

dalam mengakses informasi, maka sudah saatnya Jajaran Manajemen di TVRI Sumatera Selatan membuat divisi tersendiri untuk mengelola media baru termasuk di dalamnya melakukan pengelolaan media sosial.

Perlu dilakukan pelatihan bagi pengelola media social di TVRI Sumatera Selatan untuk meningkatkan kemampuan para pengelola kaitannya dengan cara pembuatan konten yang menarik pada media sosial . Bagi para pengelola media sosial di TVRI Sumatera Selatan perlu memaksimalkan penggunaan fitur-fitur pada akun media social baik pada facebook, Instagram maupun twitter untuk membuat jajak pendapat ataupun Tanya jawab dengan pengguna mengenai keinginan dari pengguna terhadap konten-konten yang seharusnya diposting pada akun media sosial.

**Daftar Pustaka**

- A.J. Soehardjo. (2011). Pendidikan Seni. Malang: P3T Ikip Malang.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, Digital Cultures: Understanding New Media, Berkshire-England: Open University Press.
- Dijk, Van. 2006. The Network Society. London: SAGE Publications.
- Daryanto, kamus indonesia lengkap, (Surabaya : Apollo, 1997). 348
- Erni Tisnawati Sule, Kurniwan Saefullah, pengantar manajemen, (Jakarta : Kencana Perdana Media Goup, 2009) .6
- Joseph Straubhaar, Robert LaRose, Lucinda Davenport (2012),Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology -7/E.
- Lister, Martin. (2003). New Media : A Critical Introduction. London : Routledge
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Lievrouw, L.A. (2011) Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity Press
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Follet, Mary Parker. (1997) Defenition of Management <http://www.blog.re.or.id/defenisi-manajemen.htm> (diakses tanggal 25 Februari 2017)
- Pavlik, J.V. dan McIntosh, S. (2013)Converging Media: A New Introduction to Mass Communication. New York: Oxford University Press.
- Pichardo, N.A. (1997) “New Social Movement, A Critical Review” Annual Review of Sociology, 23, 411-430. 723 ISSN : 2355-9357
- Ratu, Poundra Swasty. 2011. New Media, New Audience – New Media dan Kemunculan Spesies Baru Audien Surakarta: Lindu Pustaka.
- Santosa, Hedi Pudjo. 2011. Implikasi Media Sosial pada Perkembangan Ilmu Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Aspikom
- Sunaryo. (2004) Psikologi Untuk Keperawatan. Jakarta, ECG
- Simamora, Bilson. (2008) Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta, Gramedia
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Making public television social? Public service broadcasting and the challenges of social media. Television and New Media, 16(2), 148 – 164 . <https://doi.org/10.1177/1527476414527136>
- Abdullah, A.,Puspitasari,L. (2018). Media Televisi di Era Internet. Jurnal Pro TVF , Jurnal Kajian Televisi dan Film, 2 (1), 101 - 110
- Datubara, B, M., Irwansyah, (2019). Instagram TV: Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial, MediaTor, Jurnal Komunikasi, 12 (2), 251 – 263

Rachmat,I., S., Jemat, A. (2017), Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Audio - Visual Record Document Management: Studi Eksplorasi Aplikasi Petunjuk Perilaku Broadcastin, Standar Program Broadcast (P3 and SPS) ANTV di Program Televisi Pesbukers, e-ISSN 2442-5168, 3(1), Januari-Juni 2017

Joseph Straubhaar, Robert LaRose, Lucinda Davenport (2012),Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology -7/E.

E-Book Gerakan #BijakBersosmed, 2017  
<https://www.instagram.com/p/BXmmwpCFJUD/?taken-by=bijakbersosmed>

Wibisono, G.,(2017), Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial 'Good News From Indonesia' terhadap Perilaku Nasionalisme, Jurnal Studi Pemuda, 6 (2),