

Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Iklan Untuk Meningkatkan Citra Program “Morning Spirit” Di Radio Music City 107,50 FM Jakarta

Ryan Aryani¹, Fatimah²

^{1,2}*Sekolah Tinggi Komunikasi Indonesia Maju*

Email correspondent: ryanaryani9@gmail.com

Abstrak

Dalam meningkatkan dan mempertahankan citra sebuah program melalui media sosial banyak hal yang harus diperhatikan oleh Radio Music City, seperti membuat pesan iklan yang menarik, kreatif serta inovasi dan selalu update, mengikuti perkembangan-perkembangan yang sedang tren, sehingga dapat mempromosikan program Morning Spirit. Dalam hal ini Radio Music City harus dapat menentukan strategi apa yang akan digunakan agar program Morning Spirit ini dapat disukai para pendengar dan followers media sosial khususnya Instagram. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi iklan yang digunakan oleh Radio Music City dalam program Morning Spirit melalui media sosial instagram. Adapun metodologi dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dimana dalam pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan nara sumber. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa strategi yang digunakan oleh Radio Music City melalui media sosial instagram adalah dengan give away dan memberikan quiz-quiz yang berhadiah menarik. Strategi tersebut juga dapat meningkatkan citra program Morning Spirit untuk lebih di kenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci: media sosial instagram, strategi, citra

Abstract

In improving and maintaining the image of a program through social media, there are many things that must be considered by Radio Music City, such as making advertising messages that are attractive, creative and innovative and always updated, following trend developments, so that they can promote Morning Spirit programs. In this case Radio Music City must be able to determine what strategies will be used so that the Morning Spirit program can be liked by listeners and followers of social media, especially Instagram. This study aims to find out the advertising strategies used by Radio Music City in the Morning Spirit program through Instagram social media. The methodology in this research is qualitative descriptive wherein the data collection is done by observation, interview and documentation with the resource person. Based on the research, the results that the strategy used by Radio Music City through Instagram social media is to give away and provide quizzes with attractive prizes. This strategy can also enhance the image of the Morning Spirit program to be better known by the wider community.

Keywords: instagram social media, strategy, image

Pendahuluan

Di era modern perkembangan teknologi informasi saat ini sangat berkembang pesat. Banyaknya penemuan yang akhirnya bisa memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas sosialnya dengan bertukar informasi biasanya diperoleh melalui berbagai media sosial, yaitu media berbasis online yang terdiri seperti facebook, twitter, Instagram dan lainnya. Dari media sosial itulah yang paling sering digunakan di era digital seperti sekarang ini.

Dari berbagai jenis media sosial, Instagram yang saat ini diminati khalayak karena Instagram lebih mudah digunakan yang ter-update dibandingkan media sosial lainnya seperti facebook, path, twitter. Artinya, dapat memberikan sumber informasi berbagai kebutuhan informasi pun dapat dilokasikan melalui instagram.

Media sosial adalah Media sosial online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif “. Beberapa contohnya antara lain : jejaring sosial, blog, wiki, youtube dan lain lain. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto dan video (Nuruddin, 2012: 53).¹

Perkembangan media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, tetapi di negara berkembang seperti tanah air kita ini, Indonesia banyak sekali user atau pengguna media sosial dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi.

Media online dan media sosial hadir memudahkan penggunaannya dalam melakukan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu termasuk didalamnya adalah Instagram hadir sebagai media sosial yang terpopuler di masyarakat. Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang mampu membentuk pengalaman mengekspresikan diri yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya.

Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).²

Dalam perkembangannya media sosial ini Instagram sebagai salah satu pilihan media sosial utama mereka, mulai dari pengguna personal maupun yang ingin terjun ke dalam dunia bisnis. Tahun 2016 kemarin merupakan tahun yang cukup signifikan bagi perkembangan Instagram. Perusahaan yang kini tengah berada di bawah facebook ini telah berhasil mengembangkan namanya sehingga saat ini, hampir 500 juta orang di seluruh dunia telah menggunakan Instagram. Instagram sendiri juga merupakan salah satu media sosial wajib yang harus digunakan oleh orang yang ingin mempromosikan sebagian iklan untuk lebih banyak khalayak mengetahuinya. Sudah banyak orang yang berhasil mendapatkan keuntungan yang cukup besar dengan memanfaatkan instagram. Melalui Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, hal-hal yang mereka sukai ataupun tidak disukai dan bahkan foto selfie (foto pribadi) mereka tanpa di batasi jarak dan waktu dengan followernya melalui foto dan gambar, caption, dan comment di foto.

Maraknya Instagram yang lebih digunakan sebagai media personal branding pada program radio sebagai strategi iklan untuk meningkatkan citra dalam programnya dibandingkan untuk berinteraksi dengan orang lain menjadikannya fenomena baru dimana pengguna jejaring sosial Instagram tidak lagi dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan berbagai karya visual, tetapi lebih mengarah kepada memanfaatkan Instagram sebagai media iklan yang efektif.

Seperti yang disebutkan dalam konsep dramaturgi karya Erving Goffman bahwa individu akan berlomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang berinteraksi mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelola kesan (*impression management*). Setiap individu pada kenyataan melakukan konstruksi atas diri dengan cara menampilkan diri. Sehingga identitas yang muncul adalah menggambarkan apa yang sebenarnya menjadi keinginan dan kegunaan memenuhi kebutuhan pengakuan sosial.

Pada program radio FM Jakarta mereka dapat mempromosikan melalui Instagram secara dapat menarik, kreatif dan inovatif yang dapat menarik khalayak terpaku pada sebuah radio dan menyukai program tersebut. Sebuah program yang diproduksi lalu disiarkan di stasiun radio disajikan dalam bentuk audio yang menarik dan bersifat informatif, edukatif serta memiliki nilai sebagai motivator bagi manusia melalui perencanaan dan pelaksanaan yang matang. Berbagai jenis program radio disuguhkan mulai dari acara yang bertemakan news, entertainment, edutainment, quiz, sampai lifestyle. Adanya program radio harus mempunyai daya tarik. Daya tarik itu sendiri adalah bagaimana suatu program mampu menarik perhatian pendengar dan mempertahankan serta meningkatkan citra dalam program radio tersebut.

Di Indonesia, terutama di daerah ibukota Jakarta sudah banyak berkembang stasiun siaran radio swasta khususnya radio yang mengkategorikan sebagai radio anak muda, seperti Radio Music City 107,50 FM Jakarta, Mustang FM, Bahana FM, Prambors Radio, Delta FM, Kis FM, Lite FM, Delta FM, OZ Radio Jakarta, Global Radio, TRAX FM, Hitz FM, Hard Rock FM, Pop FM dan Bens Radio.

Sebagai salah satu radio swasta anak muda di Indonesia, Radio Music City 107,50 FM Jakarta tidak ketinggalan dalam menyuguhkan program-program yang tidak hanya dapat menarik para pendengar, tetapi memberikan informasi dan juga menghibur para pendengar.

Program Morning spirit Jakarta menjadi program utama yang hadir menemani para pendengar Radio Music City 107,50 FM, karena program tersebut hadir pada pagi hari. Melalui Instagram Radio Music City 107,50 FM Jakarta dengan akun @musiccity1075fm, Ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan program radio menjadi salah satu program keseharian andalan di Radio Music City 107,50 FM Jakarta, khususnya program Morning Spirit bersama Panca Atis. Program hiburan ini merupakan program pagi yang mengajak para pendengarnya melewati aktivitasnya dan berkerja dengan ceria mesti tengah mengalami kemacetan di jalan. Program ini di mulai dari pukul 06.00 hingga pukul 10.00 pagi. Salah satu cara yang dilakukan program Morning Spirit untuk berinteraksi kepada pendengar yaitu media sosial Radio Music City 107,50 FM Jakarta. Media sosial Radio Music City 107,50 FM Jakarta yang ada pada saat ini yaitu Instagram, Facebook dan Twitter. Dari ketiga jenis media sosial Radio Music City 107,50 FM Jakarta yang dimiliki, media sosial jenis Instagram yang menjadi paling sering dipakai oleh pihak program Morning Spirit karena merupakan media sosial yang kekinian ini hasil penelitian. Faktor pengikut atau followers akun Instagram Radio Music City 107,50 FM Jakarta @musiccity1075fm yang berjumlah 3.100 pengikut bukan hanya pengikut saja tetapi view di post akun Instagram banyak yang melihat walaupun tidak mengikuti akun tersebut. Ini yang merupakan alasan lain mengapa media sosial Instagram paling sering di gunakan pada Program Morning Spirit Radio Music City 107,50 FM Jakarta. Para pendengar bisa melakukan interaksi atau bisa langsung berkomunikasi seperti titip salam lewat comment, request lagu, menjawab pertanyaan seputar topik, memberikan informasi, mengikuti quiz Radio Music City 107,50 FM Jakarta di program Morning Spirit dan lain lain. Semakin banyak post video, foto maupun live di akun, maka semakin banyak pula yang merespon di Instagram dengan comment atau like. Adanya program Morning Spirit yang disukai oleh para pendengarnya, membuat produser dan tim produksi program Morning Spirit mencari cara untuk mempertahankan dan meningkatkan citra acara tersebut agar tetap bertahan, dan terus dinikmati serta disukai oleh pendengar Radio Music City 107,50 FM Jakarta.

Dari paparan di atas peneliti ini memfokuskan untuk meneliti kenapa Radio Music City 107,50 FM Jakarta tidak sepopuler di kalangan muda seperti Mustang, Gen Fm dan lain-lainnya. Radio Music City adalah Radio jaman dahulu yang program-programnya dan pendengarnya masih kalah dengan radio terkenal di Jakarta seperti Mustang, Gen FM, Delta FM dan lain-lain sehingga Radio Music City membuat pendengar dan pengiklan untuk menaikkan citra program-programnya. Dan untuk menaikkan citra di Radio Music City pada Program Morning Spirit Khususnya memilih Instagram. Memilih Instagram untuk menaikkan citra pada program tersebut karena paling banyak digemari dan merupakan media sosial yang dapat menaikkan citra oleh pendengar di radio.

Berdasarkan latar belakang masalah itulah, maka penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai fenomena yang terjadi dalam keberhasilan sebuah program radio Morning Spirit Radio Music City 107,50 FM Jakarta yaitu Media sosial instagram sebagai strategi iklan untuk meningkatkan citra program morning spirit di radio music city 107,50 fm Jakarta.

Metode

Metode penelitian dibagi menjadi dua kuantitatif dan kualitatif, dari kedua metode penelitian tersebut, peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif yang berbentuk deskriptif, karena sesuai tujuan penelitian yaitu Media Sosial Instagram Strategi Iklan Untuk Meningkatkan Citra Program Morning Spirit di Radio Music City 107,50 FM Jakarta. Dengan metode kualitatif ini, diharapkan tidak ada jarak antara peneliti dan sumber informasi, sehingga dalam meneliti dapat menjawab fenomena yang peneliti temukan pada informan serta lebih memahami obyek yang diteliti.

Dalam penelitian kualitatif peneliti dapat mengembangkan pengertian tentang individu dan kejadian-kejadian dengan memperhitungkan konteks yang relevan. Penelitian kualitatif mempunyai beberapa definisi. Menurut Denzin & Lincoln (1988) dalam Ahmadi yang menyatakan bahwa, penelitian kualitatif adalah “penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, tidak diukur setepat-tepatnya melainkan menekankan sifat realistik secara sosial, serta melibatkan berbagai metode yang ada” (Ahmadi, 2014:14).³

Masih dalam Ahmadi Creswell (1998) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan “proses inkuiri untuk pemahaman berdasarkan tradisi-tradisi yang jelas mengeksplorasi masalah sosial dan manusia”. (Ahmadi, 2014:15).⁴ Sedangkan penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2011:8) adalah “metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) dan data yang di ambil yaitu analisis data sesuai fakta kejadian (original).⁵

Dengan menggunakan metode ini diharapkan peneliti dapat mengetahui dan mengkaji Media Sosial Instagram Strategi Iklan Untuk Meningkatkan Citra Program Morning Spirit di Radio Music City 107,50 FM Jakarta. Berdasarkan pemikiran para pakar mengenai metode kualitatif, untuk itu peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara, serta meneliti skrip naskah, guna melengkapi berbagai data penelitian. Setiap metode yang digunakan saling berkaitan dan saling mendukung, agar menghasilkan data yang sesuai kebutuhan penelitian. Dalam penelitian, teknik pengumpulan data harus dilakukan sesuai dengan metodologi yang digunakan. Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang diperlukan sesuai kaidah dalam penelitian kualitatif yaitu primer dan sekunder.

Menurut Patton (1980) dalam Ahmadi menyatakan bahwa sumber utama data primer yaitu “data yang diperoleh secara verbal melalui suatu wawancara atau dalam bentuk tertulis melalui analisis dokumen atau respons survei. (Ahmadi, 2014:108).⁶ Sumber primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan kejadian di perpustakaan.

Wawancara dilakukan sebagai bukti dalam proses pengumpulan informasi yang kita dapat. Definisi mengenai wawancara begitu banyak, salah satunya definisi yang dikutip dari buku Ahmadi, menurut Patton (1980) yang menyebutkan bahwa “cara utama yang dilakukan para ahli metodologi penelitian kualitatif untuk memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan orang-orang adalah wawancara mendalam dan intensif. (Ahmadi, 2014:119).⁷ Maka dari itu metode wawancara kualitatif merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi yang sering digunakan oleh

peneliti kualitatif untuk memperoleh data yang kuat sesuai fakta.

Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Bagian Program Director Radio Music City, peneliti menentukan waktu dan tempat wawancara dengan cara menghubungi key informan terlebih dahulu. Wawancara dilaksanakan dengan cara bertatap muka langsung dengan key informan di Radio Music City.

Menurut Sugiyono (2014:402) yang dimaksud dengan data sekunder adalah sebagai berikut: “Sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen⁸. Data sekunder digunakan sebagai pendukung data primer. Pengumpulan data sekunder merupakan salah satu tahapan penting dalam kegiatan penelitian yang dilakukan peneliti. Pengumpulan data sekunder berupa pendapat para ahli dari buku, hasil penelitian, media, narasumber, yang berkaitan dalam Media Sosial Instagram Strategi Iklan Untuk Meningkatkan Citra Program Morning Spirit di Radio Music City 107,50 FM Jakarta.

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. (Kriyantono Rachmat., op.cit., 192).⁹

Selain itu Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, op.cit., 244).¹⁰

Setelah data yang dibutuhkan dalam penelitian terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Adapun metode yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif. Menurut Adela, Teknik analisis deskriptif kualitatif merupakan metode analisis yang digunakan dengan tujuan untuk memperoleh data deskriptif berupa kata-kata, kalimat dan gambaran secara mendalam dan objektif mengenai objek penelitian Adela (2016:h47).¹¹

Hasil & Pembahasan

Radio Music City 107,5 FM, pada awalnya berdiri di tahun 1997 dengan nama 5 a sec 105,45 FM. Hadirnya radio ini berawal dari adanya sebuah ide untuk turut serta meramaikan dunia penyiaran di Jakarta dengan tujuan meningkatkan kualitas dan pelayanan bagi pendengar dan mitra usahanya, dimana program acara yang ada disesuaikan dengan masukan dan kebutuhan serta harapan pendengar. Akhirnya pada awalnya 1999, 5 a sec 105,45 FM mengalami penggantian nama baru yaitu, MUSIC CITY FM yang memiliki konsep lebih tajam dari sebelumnya yaitu sebagai Radio Executif Muda yang memiliki pengaruh di lingkungannya.

Sejak tahun 2004, PT. Radio Mitra Citra berpindah Frekuensi dari 105,45 FM menjadi 107,5 FM. Radio Music City yang berstatus radio swasta dengan kepemilikan dari Hj. Elisa Pusparani, MBA. Dasar didirikannya Radio Music City FM adalah untuk para Executif muda yang mencintai musik, membutuhkan informasi masa kini yang actual, hangat dan menarik serta mengikuti lifestyle cosmopolitan (perdul terhadap lingkungan sekitarnya), *family-oriented, hard working dan successful in career*.

Strategi Iklan Di Radio Music City Pada Program Morning Spirit Di Media Sosial Instagram

Program Morning Spirit pada Radio Music City 107,50 FM Jakarta On Air setiap hari dari senin sampai jumat pada jam 06:00 – 10:00 dan terdiri dari beberapa segmentasi seperti MC DRIVE IN, insert yang berisi informasi tentang arus lalu lintas dikemas dalam bentuk “menghibur”. TALK SHOW PAGI, program yang membahas sebuah masalah dan menghadirkan seorang narasumber dengan topic-topic yang berbeda seperti kesehatan, kecantikan dan lain-lain. MC HEADLINES, insert yang berdurasi 2-3

menit yang menyajikan materi berita aktual dalam dan luar negeri. ENTERTAINMENT X – PRESS, insert yang berupa informasi entertainment terbaru yang berdurasi 3-5 menit dari selebritis mancanegara. INFO KURS, insert yang berisi tentang perkembangan nilai tukar rupiah terhadap 8 mata uang asing.

Mengenai program Morning Spirit yang diadakan oleh Radio Music City disimpulkan bahwa Program tersebut ini banyak sekali yang diadakan dalam media sosial contohnya seperti mengadakan quiz, memberikan give dengan cara menebak film terbaru yang di update, dan menginformasikan nilai tukar rupiah terhadap 8 mata uang asing.

Dalam hal meningkatkan citra, program Morning Spirit di Radio Music city memanfaatkan media sosial Instagram. Media sosial Instagram merupakan media sosial yang sedang marak digunakan oleh para pendengar atau followers instagram Radio Music City tersebut. Media sosial juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana media sosial adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi kepada para pendengar atau followers yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan. Dalam meningkatkan citra program morning spirit di radio Music City para produser menyiapkan konsep iklan yang menarik, kreatif, inovatif serta dapat membujuk. Kemudian tidak hanya hal itu untuk meningkatkan citra program Morning Spirit tetapi dengan cara mengadakan suatu promo-promo pada program tersebut, mengadakan quiz dan selalu mengikuti perkembangan-perkembangan yang sedang update untuk selalu memberikan informasi terbaru pada program Morning Spirit di Radio Music City. Dengan seperti itu jumlah followers Radio Music City menambah banyak dan di media sosial juga dibuat iklan rumah produksi untuk mengiklankan film-film terbaru.

Radio Music City sudah dapat mempertahankan atau meningkatkan program-program yang sudah berjalan dan mencapai kesuksesan salah satunya adalah program Morning Spirit yang mampu menarik dan memberikan semangat dalam aktivitas-aktivitasnya. Tidak hanya hal itu, program tersebut juga mengadakan promo-promo, quiz dan selalu mengikuti perkembangan yang sedang update sehingga dapat memberikan informasi terbaru kepada para pendengar dan followers Radio Music City.

Strategi merupakan dasar membangun, menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada pada jalur yang tepat. Strategi iklan di program Morning spirit Radio Music City melalui media sosial Instagram merupakan elemen yang penting untuk keberhasilan yang dituju. Dapat ketahui bahwa dalam mempromosikan iklan melalui media sosial Instagram tersebut adalah strategi media sosial secara real time yang terus menerus berkesinambungan agar para pendengar atau followersnya mendapatkan informasi yang terbaru. Dalam mempromosikan program Morning spirit adalah dengan mengadakan promo-promo, give away sehingga para pendengar dan followers tertarik untuk selalu mengikuti program Morning Spirit di Radio Music City FM.

Menurut Rangkuti (2013:3-4) yaitu Strategi adalah kekuatan motivasi yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.¹² Strategi yang dilakukan oleh Radio Music City adalah dengan adanya instagram Music city yang instabile, menarik dan banyak followers dalam hal ini memberikan keuntungan yaitu membuat Radio Music City makin dikenal dan menarik para pendengar Radio yang pada akhirnya dapat meningkatkan klien yang memasang iklan di Radio Music City tersebut. Program Morning Spirit mampu meningkatkan citra di media sosial instagram dengan cara seperti mengadakan quiz, memberikan give away, memutar lagu-lagu dan juga di media sosial instagram dibuat rumah produksi untuk mengiklankan film-film terbaru kepada pendengar atau followers semua ini dilakukan untuk meningkatkan Radio Music City.

Dengan cara seperti itu dapat meningkatkan citra pada program di media sosial akan berkembang luas hingga masyarakat terpaku dengan acara program tersebut khususnya Morning Spirit.

Hambatan-Hambatan Dalam Strategi Iklan Program Morning Spirit Di Media Sosial Instagram

Hambatan adalah sebagai suatu bentuk proses penyampaian pesan kepada seseorang penerima pesan yang mendapatkan kesulitan dalam menyampaikan pesan-pesannya. Dalam hal ini harus memperhatikan semua hal yang berhubungan dengan penyampaian pesan kepada penerima pesan (komunikator).¹³

Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikasi dalam pesan dalam memahami pesan yang baik. Hal ini menyebabkan rendahnya tingkatan Bahasa yang terdapat pada komunikasi. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan factor-faktor feed back Bahasa tidak sampai, medium barrier (media atau alat yang digunakan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan yang tepat).

Dalam mengiklankan program Morning Spirit melalui media sosial Instagram, Iklan dapat disampaikan dengan baik karena membujuk, membangun reputasi serta memberikan informasi yang terbaru dan dapat meyakinkan siapapun yang telah melihat iklan tersebut karena dibuat dengan menarik dan kreatif.

Dalam kendala pada program tersebut mendapat informasi bahwa kendala-kendala yang muncul dalam program Morning Spirit adalah masalah teknis serta perangkat yang berhubungan dengan internet dan perbaikan inovasi dalam pembuatan tema-tema sehingga makin menarik pendengar.

Menurut Ruslan (2008 :9-10) menyatakan hambatan merupakan proses penyampaian pesan dari pihak komunikator yang mendapatkan kesulitan dalam menyampaikan pesan-pesannya, tidak menguasai pesan-pesan dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator.¹⁴ Pada Program Morning Spirit Radio Music City berkaitan dengan menyesuaikan isi pesan yang hendak disampaikan dengan kondisi penerimaan pesan secara cepat dan memilih media saluran yang sesuai agar respon yang diharapkan dapat dicapai. Terkait dengan pembahasan hambatan-hambatan yang terjadi dengan adanya kesulitan dalam penyampaian pesan berupa di Radio Music City yaitu kesalahan teknis seperti gangguan pada jaringan internet yang sedang bermasalah. Hambatan lainnya adalah tim kreatif yang kemampuan Teknik desain grafisnya belum maksimal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang media sosial Instagram sebagai strategi iklan dalam meningkatkan citra program Morning Spirit di Radio Music City 107,50 FM Jakarta, maka penulis menyimpulkan bahwa: Dalam strategi iklan di media sosial secara real time yang berkesinambungan antara On Air dan Off Air agar para pendengar atau followers bisa mendapatkan informasi yang terupdate dari program Morning Spirit terutama. Jika para pendengar atau followers tidak bisa mendapatkan informasi melalui On Air tetapi mereka bisa mendapatkannya secara Off Air di media sosial Instagram karena Instagram di Radio Music City selalu memberikan yang informasi terbaru secara post image, live dan update melalui snapgram (status). Kemudian selain itu tim produksi melakukan promosi dengan cara give away, quiz dan promo-promo lainnya. Media sosial Instagram dapat dijadikan sebagai media untuk mengiklankan program-program yang ada di Radio Music City. Setelah melakukan strategi kita harus memperhatikan dalam pembuatan iklan di media sosial Instagram para key informan selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terbaru dan terupdate. Key informan dan tim mempunyai ide-ide secara kreatif yang terbaru, sedang booming , hitz dan inovasi terbaru dengan di Instagram Radio Music City yang instanble, maka akan menambah followers tersebut maka dengan banyak followers akan menambah pendengar dan pengiklan di Radio Music City Dan makin bertambahnya followers di Instagram Music City maka dapat meningkatkan citra Radio Music City.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran kepada

pihak strategi iklan untuk meningkatkan citra dalam program Morning spirit Radio Music City melalui media sosial Instagram untuk ke depannya agar lebih baik lagi, yaitu Dalam strategi iklan untuk meningkatkan citra dalam program Morning spirit Radio Music City melalui media sosial Instagram selanjutnya dapat meningkatkan promosinya lebih maksimal lagi agar followers dan para pendengar lebih banyak lagi. Menciptakan inovasi-inovasi untuk mengiklankan di media sosial secara kreatif, menarik dan mudah di pahami oleh para pendengar dan followers di luar sana. Selalu menciptakan hal-hal baru dalam program tersebut agar selalu menjadi andalan para pendengar untuk memberikan informasi informasi. Dan harus selalu mengingatkan kualitas program Morning Spirit khususnya dan selalu menjaga kedekatan dengan para pendengar atau followersnya. Selain itu pihak produser dan media sosial juga harus memperkembangkan ilmu bagaimana cara untuk mendapatkan iklan dan berbagai strategi yang dapat di terima dengan baik pada para pendengar atau followers. Kemudian dapat membantu proses untuk mendapatkan iklan secara lebih baik, dan membuat semakin banyak para pendengar atau followers tertarik untuk mengenal dan tertarik untuk tetap stay tune di Radio music City pada program Morning Spirit, yang pada akhirnya akan membawa dampak yang positif terhadap Radio Music City secara keseluruhan.

References

1. Jaiz, Muhammad. Dasar-Dasar periklanan. Graha Ilmu : yogjakarta; 2014.
2. Dahlan, M. Alwi. Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia. Kompas: Jakarta; 2008.
3. Darmastuti, Rinni. Media Relations: Konsep, Strategi dan Aplikasi. Andi Publisher: Jakarta; 2012.
4. Moleong, J. Lexy. Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Rosda Karya: Jakarta; 2010.
5. Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta, CV : Bandung; 2016.
6. Kasali, Rhenald. Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia. Pustaka Utama Grafiti: Jakarta; 1992.
7. Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta, CV : Bandung; 2013.
8. Nasrullah, Rulli. Teori dan Riset Media Siber (CyberMedia). Kencana Prenamedia Group: Jakarta; 2014.
9. Wiryanto. Pengantar Ilmu Komunikasi. Grasindo: Jakarta; 2004.
10. Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi ala Net Generation. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta; 2015.
11. Widiatama. Konsep Iklan. Erlangga: Jakarta; 2012.
12. Kasali. Masyarakat Periklanan Indonesia. Bandung: Sumber Indah; 2007.
13. Kridalaksana. Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya. Yogyakarta : Pustaka Belajar; 2004.
14. Kasali. Masyarakat Periklanan Indonesia. Bandung: Sumber Indah; 2007.
15. Widiatama. Konsep Iklan. Jakarta: Erlangga; 2012.
16. Brogan, C. Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online. John Wiley & Sons, Inc: New Jersey; 2010.
17. Dahlan, M. Alwi. Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia. Kompas: Jakarta; 2008.