

Kompetensi *Social Media Specialist* di Stasiun Radio Bandung

Alifia Putri*, Nova Yuliati

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*alifiaputrirahmawatyaja@gmail.com, nova_yuliati@yahoo.com

Abstract. Social Media Specialist competency has its own urgency in maintaining the sustainability of social media management. Successful social media management not only depends on a consistent online presence, but also depends on the special skills possessed by a Social Media Specialist. This research focuses on the competence of the Social Media Specialist at Radio Oz Bandung, who manages and implements digital communications via social media. This research aims to find out about the communication competence of Social Media Specialist Radio Oz Bandung by using it in social media management using Brian Spitzberg and Willian Cupach's Communication Competency theory. The research method used is quantitative with a descriptive study approach. The results of this research show that to maintain consistency, Social Media Specialist Radio Oz Bandung must have the motivation to always look for the latest trends that are of interest to the public on various social media platforms. Supported by the content and procedural knowledge they have in optimizing social media, the knowledge that Radio Oz Bandung's social media specialists have in managing content is very important to ensure that the content is interesting to the audience. In addition, Social Media Specialist Radio Oz Bandung is developing its content strategy which focuses on lifestyle, music and radio. With that, Radio Oz Bandung's Social Media Specialists in building effective digital communication, they rely on technical skills and communication skills such as copywriting, editing and design to manage content that attracts the audience's attention.

Keywords: *Radio Competency, Social Media Specialist Radio, Digital Communication.*

Abstrak. Kompetensi Social Media Specialist memiliki urgensi tersendiri dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan media sosial. Keberhasilan pengelolaan media sosial tidak hanya tergantung pada kehadiran online yang konsisten, tetapi juga bergantung pada keahlian khusus yang dimiliki oleh seorang Social Media Specialist. Penelitian ini difokuskan pada kompetensi Social Media Specialist di Radio Oz Bandung, yang mengelola dan melaksanakan komunikasi digital melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kompetensi komunikasi yang dimiliki Social Media Specialist Radio Oz Bandung dengan menggunakan dalam pengelolaan media sosial dengan menggunakan teori Kompetensi Komunikasi milik Brian Spitzberg dan Willian Cupach. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjaga konsistensi, Social Media Specialist Radio Oz Bandung harus memiliki motivasi selalu mencari tren terkini yang diminati masyarakat di berbagai platform media sosial. Didukung oleh pengetahuan konten dan prosedural yang mereka miliki dalam mengoptimalkan media sosial, pengetahuan yang dimiliki social media specialist Radio Oz Bandung dalam mengatur konten sangat penting untuk memastikan bahwa konten tersebut menarik bagi audiens. Selain itu, Social Media Specialist Radio Oz Bandung mengembangkan strategi kontennya yang berfokus pada gaya hidup, musik, dan radio. Dengan itu Social Media Specialist Radio Oz Bandung dalam membangun komunikasi digital yang efektif, mereka mengandalkan keterampilan teknis serta keterampilan komunikasinya seperti copywriting, editing, dan desain untuk mengelola konten yang menarik perhatian audiens.

Kata Kunci: *Kompetensi Radio, Social Media Specialist Radio, Komunikasi Digital.*

A. Pendahuluan

Radio merupakan media massa yang berperan utama untuk menyebarkan berita, hiburan, dan berbagai program lainnya. Namun kemajuan teknologi digital telah mengubah media di semua platform, termasuk radio (Muzakiah & Trigartanti, 2021). Terlepas dari tantangan yang dihadapi radio di era digital, banyak stasiun radio juga telah belajar beradaptasi dan mengembangkan cara-cara inovatif agar tetap relevan. Beberapa stasiun radio mengintegrasikan *platform* digital mereka dengan siaran radio tradisional, sementara stasiun radio lainnya seperti Radio Oz Bandung secara bertahap beralih ke model online seperti untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Pentingnya media sosial dalam industri media dan hiburan semakin terasa seiring perkembangan dan perubahan zaman (Irsyad Nugraha Ritonga & Muhammad.E.Fuady, 2023). Sekarang ini perusahaan besar melihat situs media sosial sebagai alat strategis, bahkan dengan penugasan karyawan khusus untuk mengelolanya. Hal ini, menunjukkan bahwa interaksi dalam media sosial menjadi keharusan, dengan itu Radio OZ Bandung dengan cepat memahami potensi media sosial sebagai sarana untuk menjangkau audiensnya. Langkah ini melibatkan profesi *social media specialist*, yang sampai saat ini belum memiliki kualifikasi ideal untuk menajadi *social media specialist*. Meskipun demikian, seperti yang kita ketahui bahwa seorang yang mengelola media sosial atau di era digital ini memiliki sebutan *social media specialist* harus memiliki keahlian menggunakan perangkat teknologi modern untuk mengelola konten perusahaan melalui media sosial. Pengelolaan akun media sosial tidak hanya sebatas konten interaktif, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, yang harus dilakukan dengan hati-hati menyadari tingginya laju informasi di dunia internet. Meskipun kemudahan digital dapat ditemui di berbagai lapisan, menjadi seorang *social media specialist* tidaklah semudah yang terlihat. Diperlukan persyaratan khusus dan keahlian dalam pemasaran yang efektif untuk mempromosikan merek atau citra perusahaan. Keberadaan di dunia digital, yang terus berkembang, menjadi suatu keharusan bagi bisnis dan organisasi untuk tetap relevan dan bersaing. Oleh karena itu, memiliki *social media specialist*, menjadi semakin penting dalam mengelola dan memaksimalkan manfaat dari *platform-platform* tersebut. Seorang *Social media specialist* harus memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai *platform* media sosial, pengetahuan ini tidak hanya mencakup cara menggunakan *platform*, tetapi juga pemahaman mendalam terkait *tren*, *algoritma*, dan kebijakan terkini (1). Dengan bekal ini, mereka dapat merancang strategi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan kehadiran *online*. Oleh karena itu, kompetensi komunikasi *social media specialist* Radio Oz Bandung menjadi urgensi tersendiri bagi keberkelanjutan pengelolaan media sosial. Yang dimana, *social media specialist* perlu memahami perubahan algoritma dan fitur terbaru dari setiap *platform* media sosial. Hal ini memungkinkan mereka untuk merancang strategi yang efektif dan responsif terhadap perubahan tersebut. Kemampuan berkomunikasi pun digunakan oleh *social media specialist* dalam menciptakan komunikasi yang tertulis kepada audiens, untuk menciptakan kesan dan interaksi positif melalui media sosial yang dipakai. Dalam dunia pemasaran digital yang terus berkembang, keahlian dalam memahami media sosial menjadi krusial untuk merancang strategi pemasaran dan penjualan yang efektif. Saat ini, Instagram dan TikTok telah menjadi dua *platform* yang sangat berpengaruh dan populer, membawa dampak signifikan dalam ekosistem pemasaran Radio Oz Bandung.

Keterampilan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan menjadi landasan lain yang dimiliki *social media specialist*. Kemampuan mereka menyusun pesan-pesan yang memikat perhatian audiens target, serta meningkatkan interaksi, *like*, *share*, dan komentar memainkan peran sentral dalam membangun komunitas *online* yang kuat dan setia. Oleh karena itu, kompetensi komunikasi *social media specialist* menjadi urgensi tersendiri bagi keberkelanjutan pengelolaan media sosial. Yang dimana, *social media specialist* perlu memahami perubahan algoritma dan fitur terbaru dari setiap *platform* media sosial. Hal ini memungkinkan mereka untuk merancang strategi yang efektif dan responsif terhadap perubahan tersebut. Kemampuan berkomunikasi pun digunakan oleh *social media specialist* dalam menciptakan komunikasi yang tertulis kepada audiens, untuk menciptakan kesan dan interaksi positif melalui media sosial yang dipakai. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan

dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui Motivasi *specialist* dalam menjaga konsistensi Radio Oz Bandung di media sosial
2. Untuk mengetahui Pengetahuan *media specialist* dalam mengelola dan mengoptimalkan masing-masing media sosial Radio Oz Bandung
3. Untuk mengetahui Keterampilan *social media specialist* dalam membangun komunikasi digital.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif adalah jenis penelitian yang menyelidiki keadaan sekelompok orang, objek, kondisi, sistem pemikiran, dan peristiwa terkini yang sedang diselidiki dengan tujuan untuk menciptakan gambaran fakta yang sistematis dan tepat. (2)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu, wawancara kepada Baby dan andrie selaku *Social Media Specialist* Radio Oz Bandung, selanjutnya peneliti melakukan observasi melalui akun @ozradiobandung di Instagram, serta melakukan dokumentasi pada saat wawancara berlangsung dan dokumentasi melalui akun Kota Bandung di Instagram.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Motivasi Social Media Specialist Dalam Menjaga Konsistensi Radio Oz Bandung Di Media Sosial

Motivasi utama bagi seorang *social media specialist* dalam menjaga konsistensi kreativitasnya adalah dengan selalu mencari hal-hal terkini yang banyak diminati oleh masyarakat di setiap *platform* media sosial (Alviana & Nanik Setyowati, 2023). Tuntutan untuk tetap relevan dan *up-to-date* membuat mereka harus terus-menerus melakukan riset dan eksplorasi terhadap *tren* terbaru, fitur-fitur baru, serta gaya komunikasi yang sedang populer. Hal ini bukan hanya sekadar mengikuti arus, tetapi juga tentang bagaimana mereka bisa mengintegrasikan inovasi tersebut ke dalam strategi konten yang mereka buat. Sebagai *social media specialist*, keberhasilan sebuah konten yang diposting sangat tergantung pada kreativitas dan kemampuannya menarik perhatian audiens. Setiap *platform* media sosial menyediakan alat analitik yang memungkinkan *social media specialist* untuk mengevaluasi performa konten mereka secara langsung. Dari data ini, mereka dapat mengidentifikasi postingan mana yang mendapatkan respon dari audiens, baik melalui jumlah *likes*, *shares*, *comments*. Maka *social media specialist* dapat memahami perilaku audiens mereka dengan lebih baik. Oleh karena itu *social media specialist* mengetahui tentang jenis konten apa yang paling menarik dan relevan bagi audiensnya, sehingga mereka bisa mengoptimalkan strategi konten selanjutnya. Proses evaluasi dan analisis ini menjadi siklus berkelanjutan yang mendorong *social media specialist* untuk terus berinovasi dan menjaga konsistensi dalam menciptakan konten yang kreatif dan menarik.

Selain itu, Motivasi dalam membangun kreativitas sebagai *social media specialist* adalah kombinasi antara keinginan untuk terus berinovasi, pemahaman mendalam tentang audiens, serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan. Dengan pendekatan yang aktif dan berdasarkan data, mereka dapat terus menciptakan konten yang tidak hanya konsisten tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens di media sosial. Dan keberhasilan dalam menjaga konsistensi dan kreativitas juga dipengaruhi oleh kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan algoritma dan kebijakan setiap *platform*. Oleh karena itu, *social media specialist* harus selalu siap belajar dan menyesuaikan diri dengan dinamika yang ada, memastikan bahwa setiap konten yang mereka buat tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan aturan *platform*.

Dalam membuat sebuah postingan konten, *social media specialist* di Radio Oz Bandung memiliki tanggung jawab besar kepada pendengar audiens. Aktivitas di media sosial harus mengikuti aturan dan kebijakan yang berlaku, memastikan konten yang dibagikan selaras dengan nilai-nilai yang dipegang oleh Radio Oz Bandung. Nilai-nilai ini mencakup penghormatan terhadap hak cipta, privasi, norma, dan etika, serta penyampaian informasi yang

faktual. Sebagai bagian dari tanggung jawab tersebut, *social media specialist* harus memastikan bahwa setiap konten yang dibuat tidak melanggar hak cipta, privasi, atau norma etika. Konten yang diposting harus melalui proses pengecekan yang ketat untuk memastikan keabsahan informasi, mengingat bahwa Radio Oz Bandung membawa nama perusahaan media yang memiliki reputasi untuk dijaga. Konsistensi dalam menyampaikan informasi yang akurat dan etis sangat penting, terutama karena media radio memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar kepada masyarakat. Secara keseluruhan, tanggung jawab dan komitmen terhadap nilai-nilai perusahaan, serta adaptasi terhadap *tren* dan karakteristik *platform*, merupakan elemen kunci dalam upaya *social media specialist* untuk menjaga identitas Radio Oz Bandung di mata pendengar. Dengan demikian, mereka dapat terus menciptakan konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan prinsip yang dipegang oleh Radio Oz Bandung. Profesi ini tidak hanya menarik bagi mereka yang menikmati penggunaan media sosial, tetapi juga bagi mereka yang tertarik dengan dinamika dan inovasi di bidang ini. Media sosial menawarkan banyak peluang untuk terus belajar dan berkembang mengikuti *tren* serta teknologi baru, sehingga memungkinkan *social media specialist* untuk selalu berada di garis depan perubahan digital. Media sosial juga menyediakan ruang kreativitas yang lebih luas. Di *platform* ini, *social media specialist* Radio Oz Bandung bisa mengekspresikan ide-ide dengan lebih leluasa dan kreatif, tanpa batasan yang ketat. Ini memberikan kebebasan untuk menciptakan konten unik dan menarik yang dapat meningkatkan *engagement* dan interaksi dengan audiens. Faktor inilah yang membuat profesi *social media specialist* sangat menarik bagi mereka yang ingin mengembangkan kreativitasnya dalam konteks profesional.

Pengetahuan *Social Media Specialist* dalam Mengelola dan Mengoptimalkan Masing-Masing Media Sosial Radio Oz Bandung.

Menentukan topik dalam pembuatan konten adalah kunci penting dalam mempertahankan keberhasilan algoritma media sosial. Di Radio Oz Bandung, memandang topik ini sebagai pilar utama dalam strategi konten dengan fokus pada gaya hidup, musik, dan radio. Setiap pilar ini dirancang dengan tujuan utama untuk menjaga konsistensi konten di berbagai *platform* media sosial. Sebagai seorang *Social media specialist* di Radio Oz Bandung, memiliki tanggung jawab untuk menciptakan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna di setiap *platform* yang berbeda. Instagram, misalnya, menitik beratkan pada konten visual melalui *stories*, *feeds*, dan *reels*. TikTok, di sisi lain, mengutamakan *tren*, tantangan dan musik dalam format video pendek. Sementara itu, YouTube lebih cocok untuk konten video yang lebih panjang. Tantangan yang dihadapi sebagai *Social media specialist* adalah merancang strategi konten yang efektif bagi Radio Oz Bandung di berbagai *platform*. Salah satu tantangan utama adalah mengatasi perbedaan idealisme sebagai sebuah radio dengan tuntutan konten yang relevan dan menarik di media sosial. Kadang-kadang, idealisme kita sebagai radio dapat membatasi kreativitas dan fleksibilitas dalam merancang konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna media sosial. Dengan konsistensi dalam menciptakan dan memposting konten menjadi kunci. Meskipun kita harus tetap setia pada nilai-nilai dan identitas Radio Oz Bandung, penting untuk terbuka terhadap perubahan dan *fleksibel* dalam mengadaptasi strategi konten agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar baru di media sosial. Dengan memahami dinamika *platform* media sosial dan terus berinovasi, serta dapat mengatasi tantangan ini dan tetap sukses dalam membangun kelompok *online* yang kuat untuk Radio Oz Bandung.

Pemahaman seorang *social media specialist* dalam mengelola akun media sosial melibatkan penerapan prosedur yang terstruktur dan mencakup tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. setiap tahap dari perencanaan hingga publikasi berjalan secara terstruktur dan efisien. Kerja sama antara tim *social media specialist* pun akan memastikan bahwa ide dan gagasan dapat dieksekusi dengan baik, serta menghasilkan konten yang menarik. Selain itu, penggunaan *timeline* yang jelas membantu *social media specialist* untuk menjaga konsistensi dalam mengunggah konten, sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan mencapai tujuan komunikasi digital yang diinginkan. Dalam mengatur jadwal postingan, *social media specialist* Radio Oz Bandung menggunakan *timeline* yang disesuaikan untuk setiap *platform* media sosial. Sebagai contoh:

1. YouTube Konten diunggah pada hari Rabu dan Kamis pukul 19:00, dengan target tiga

konten per hari. Jadwal ini didasarkan pada analisis *platform* yang menunjukkan waktu paling aktif *followers*.

2. Instagram dan TikTok Konten diunggah setiap hari pada pukul 10:00, 17:00, dan 19:00-20:00. Meskipun tidak memiliki data pasti mengenai waktu unggahan terbaik, jadwal ini dipilih berdasarkan pola aktivitas umum pengguna.

Dengan cara ini, setiap tahap dari perencanaan hingga publikasi berjalan secara terstruktur dan efisien. Kerja sama antara tim *social media specialist* pun akan memastikan bahwa ide dan gagasan dapat dieksekusi dengan baik, serta menghasilkan konten yang menarik. Selain itu, penggunaan *timeline* yang jelas membantu *social media specialist* untuk menjaga konsistensi dalam mengunggah konten, sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan mencapai tujuan komunikasi digital yang diinginkan.

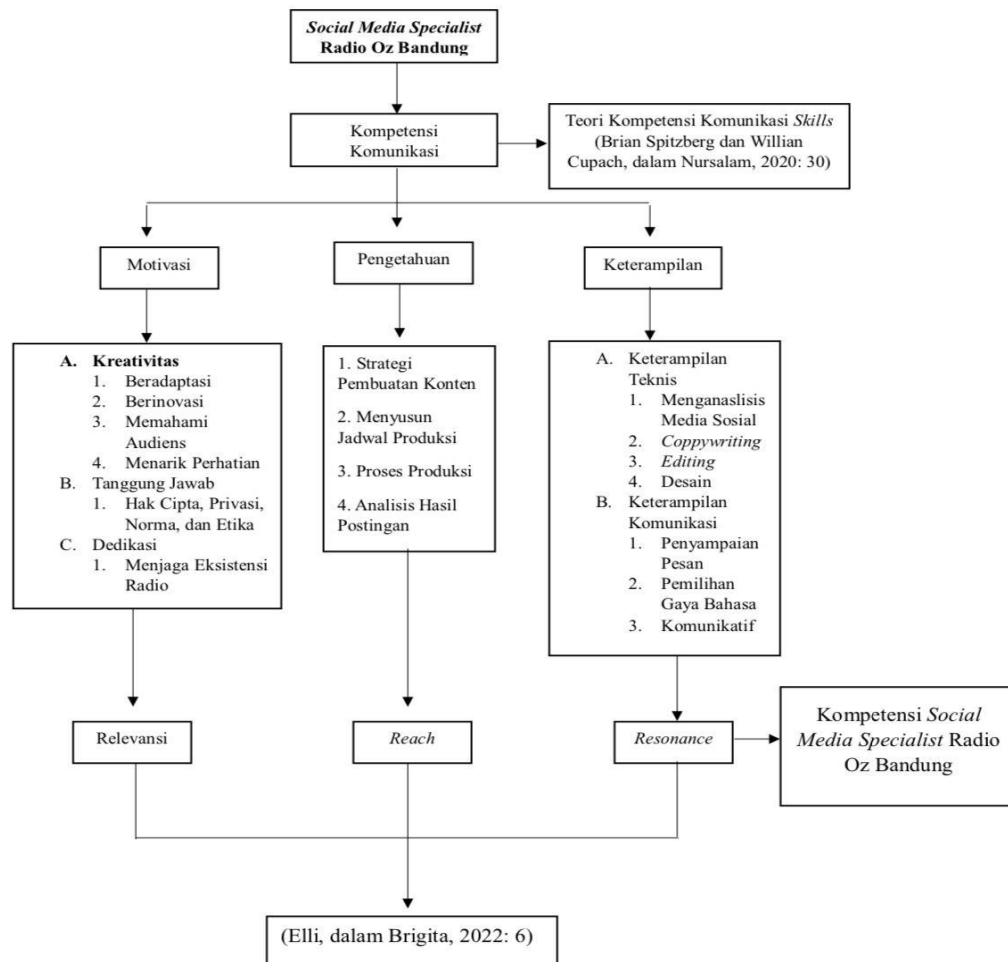
Keterampilan Social Media Specialist Dalam Membangun Komunikasi Digital

Keterampilan dalam membangun komunikasi di era digital ini, harus dimiliki oleh *social media specialist* dalam mengelola media sosial Radio Oz Bandung. Keterampilan teknis menjadi unsur kunci yang mendukung kinerja *social media specialist* di Radio Oz Bandung. Dalam era digital ini, kemampuan teknis seperti *copywriting*, *editing*, desain, dan analisis menjadi esensial untuk mengelola konten yang menarik dan efektif di media sosial. Dalam temuan penelitian, *social media specialist* Radio Oz Bandung perlu memahami dasar-dasar menganalisis dan memahami *platform* media sosial yang mereka Kelola serta memiliki kemampuan dalam menggunakan. Dengan pemahaman yang kuat tentang algoritma dan fitur-fitur media sosial, mereka dapat mengoptimalkan strategi konten untuk mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi Radio Oz Bandung. Selain itu, kemampuan *copywriting* yang baik sangat penting. Dengan tulisan yang menarik dan persuasif, mereka dapat menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi dengan konten. *Editing* pun merupakan keterampilan penting untuk memastikan konten memiliki kualitas visual dan naratif yang baik. Dengan menguasai teknik *editing*, mereka dapat membuat konten yang menarik dan profesional. Dalam mendukung proses pembuatan dan analisis konten untuk Radio Oz Bandung, *social media specialist* menggunakan berbagai alat dan teknologi. Mereka mengambil data untuk analisis konten secara langsung dari platform media sosial yang mereka gunakan. Hal ini memungkinkan mereka untuk memantau kinerja konten dengan lebih efisien dan akurat. Penggunaan *handphone* dan laptop menjadi prioritas karena kedua perangkat ini memungkinkan mereka untuk terhubung dengan media sosial secara langsung dan dapat memantau pergerakan, tren, serta interaksi pengguna dengan cepat dan efektif. Selain itu, mereka juga mengoptimalkan judul, gambar, *caption*, *hashtag*, dan konsep secara keseluruhan. Hal ini bertujuan untuk membuat konten lebih menarik, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens Radio Oz Bandung. Dengan demikian, *social media specialist* dapat memastikan bahwa konten yang diposting dapat mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran yang telah ditetapkan dengan lebih baik.

Sementara itu, keterampilan komunikasi yang dilakukan oleh *social media specialist* dalam mengeksekusi audiensnya di media sosial Radio Oz Bandung sangat penting. Terutama mengingat segmentasi pendengar Radio Oz Bandung yang berfokus pada usia 15-35 tahun. Maka yang dilakukan *social media specialist* biasanya membuat postingan yang menarik, seperti konten pertanyaan yang memungkinkan diskusi dua arah. Penyampaian pesan kepada audiens pun menjadi keterampilan yang harus dimiliki oleh *social media specialist* Radio Oz Bandung. Mereka harus mampu mengolah kata-kata dengan cara yang akrab dan menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dimengerti, maka akan menciptakan hubungan yang erat dengan audiens di media sosial Radio Oz Bandung. Dalam menulis *caption* misalnya, Radio Oz Bandung lebih memilih gaya bahasa telinga yang sering digunakan dalam siaran. Dengan itu penggunaan bahasa yang santai dan menyenangkan, akan memastikan bahwa Radio Oz tetap komunikatif dan menarik bagi audiensnya tanpa kehilangan identitasnya sebagai radio. Kemampuan *social media specialist* Radio Oz Bandung untuk berkomunikasi dengan efektif dan personal memastikan bahwa setiap interaksi dengan audiens tidak hanya merupakan komunikasi satu arah, tetapi juga menjadi dialog yang bermakna. Selain itu, penggunaan analitik dan umpan balik langsung dari audiens memungkinkan Radio Oz Bandung untuk terus melakukan perbaikan dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan *tren*. Ini menegaskan

betapa pentingnya peran *social media specialist* dalam menggabungkan teknologi dan keterampilan komunikasi dalam strategi media modern. Mereka bertindak sebagai penghubung antara media dan audiens, memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya didengar tetapi juga dipahami oleh audiens, sehingga meningkatkan loyalitas pendengar.

Pada hasil temuan serta analisis pembahasan yang telah dilakukan, peneliti mencoba membuat rangkuman mengenai penelitian ini kedalam satu model. Berikut model hasil temuan peneliti:



Gambar 1. Model Kompetensi Komunikasi Social Media Specialist Radio Oz Bandung

Seperti yang ditunjukkan pada model diatas, bahwa hal tersebut juga didukung oleh penelitian Elli dalam Brigita yang menyebutkan bahwa sebagai *social media specialist* akan memiliki 3 faktor yang mempengaruhi Masyarakat yaitu *reach*, relevansi, dan *resonance*. Ketiga komponen ini saling berhubungan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi *social media specialist* Radio Oz Bandung harus tetap berfokus pada relevansi sebagai kriteria penting untuk menjaga konsistensi. Konten yang harus tetap relevan dengan audiens, sehingga *social media specialist* Radio Oz Bandung perlu memahami perilaku audiens dengan baik. Dengan pemahaman ini, mereka dapat mengetahui jenis konten yang paling menarik dan relevan, serta mengoptimalkan strategi konten ke depannya. Memahami audiens juga memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pesan dan cara penyampaiannya, sehingga meningkatkan *engagement* dan loyalitas pendengar.

Kemudian pengetahuan yang dimiliki *social media specialist* Radio Oz Bandung dalam mempengaruhi masyarakat melalui konten ini, disebut juga *reach* yang dimana kemampuan *social media specialist* Radio Oz Bandung untuk mengatur, membuat, dan mengirimkan konten

kepada audiens di media sosial. Ini mencakup pemahaman tentang *platform* media sosial, strategi penjadwalan konten, dan pemahaman analitik. Selain itu, pengetahuan yang dimiliki *social media specialist* Radio Oz Bandung dalam mengatur konten sangat penting untuk memastikan bahwa konten tersebut menarik bagi audiens.

Sedangkan keterampilan *social media specialist* Radio Oz Bandung dalam membangun komunikasi digitalnya, kemampuan *resonance* ini yang diperlukan untuk mengarahkan perilaku dalam mengikuti konten yang dibuat. Selain kemampuan *social media specialist* Radio Oz Bandung dalam hal teknis untuk menunjang pembuatan konten, *social media specialist* pun merancang konten yang menarik dan mendorong masyarakat untuk berinteraksi. Konten tersebut dirancang untuk memikat perhatian masyarakat dalam memberikan umpan balik, sehingga memperkuat hubungan antara Radio Oz Bandung dan para pendengarnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dalam menjaga konsistensi, seorang *social media specialist* di Radio Oz Bandung harus selalu mencari *tren* terkini yang diminati masyarakat di berbagai *platform* media sosial. Mereka harus memegang teguh nilai-nilai Radio Oz Bandung, yaitu hak cipta, privasi, norma, etika, dan penyampaian informasi yang faktual. Profesi ini tidak hanya tentang menikmati media sosial, tetapi juga menuntut dedikasi untuk terus berkembang, belajar, dan berinovasi demi kesuksesan dan relevansi jangka panjang di industri media yang terus berubah.
2. Seorang *social media specialist* harus memiliki pengetahuan dalam mengelola dan mengoptimalkan media sosial. Strategi konten mereka berfokus pada gaya hidup, musik, dan radio untuk menjaga konsistensi di berbagai *platform*. Penting untuk terbuka terhadap perubahan dan fleksibel dalam mengadaptasi strategi agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar baru. Memahami dinamika *platform* media sosial dan terus berinovasi akan memastikan ide dieksekusi dengan baik dan menghasilkan konten menarik. Dibersamai dengan penggunaan *timeline* yang jelas juga membantu menjaga konsistensi unggahan, meningkatkan *engagement*, dan mencapai tujuan komunikasi digital.
3. Keterampilan menjadi kunci bagi *social media specialist* di Radio Oz Bandung dalam membangun komunikasi digital. Kemampuan seperti *copywriting*, *editing*, desain, dan analisis sangat penting untuk mengelola konten yang menarik dan efektif di media sosial. Keterampilan komunikasi yang efektif juga penting, terutama untuk audiens berusia 15-35 tahun. Penggunaan bahasa yang santai dan menyenangkan membuat Radio Oz tetap komunikatif dan menarik tanpa kehilangan identitasnya, menciptakan suasana yang dekat dan melibatkan audiens. Hal ini memastikan konten mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran yang telah ditetapkan.

Acknowledge

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Mahakuasa atas limpah Rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan sebagaimana mestinya. Terima kasih kepada Prof. Dr. Atie Rachmiate.Dra.,M.Si. dan juga kepada Ibu Dr. Ani Yuningsih Dra.,M.Si. yang telah membantu dalam keberlangsungan pengerjaan skripsi ini. Terimakasih kepada Ibu Nova Yuliati, Dra., M.Si. yang telah membimbing saya dan juga memberi arahan dalam skripsi ini. Tidak lupa kepada para informan terkait yang telah membantu dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Naddiya, F. A., Firda, I. S. N., & Malaiha, D. S. (2021). Peran Social Media Specialist dalam Meningkatkan Promosi dan Citra Syariah di Akun Instagram@ Modalku melalui Digital Marketing. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 8(2), 255-270.
- [2] Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian*

kuantitatif. Deepublish.

- [3] Alviana, A. F., & Nanik Setyowati, R. R. (2023). Motivasi Orang Tua dalam Penentuan Pendidikan Tinggi Anak di Kelurahan Meri Kota Mojokerto. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 11(2), 494–509. <https://doi.org/10.26740/kmkn.v11n2.p494-509>
- [4] Irsyad Nugraha Ritonga, & Muhammad.E.Fuady. (2023). Strategi Pengelolaan Konten Morgy Coffee. *Jurnal Riset Public Relations*, 15–24. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i1.1829>
- [5] Muzakiah, A., & Trigartanti, W. (2021). Hubungan antara Tayangan Drama Serial Korea X dengan Minat Mahasiswa menjadi Reporter. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.410>