

TESIS

**Implementasi Identitas Perusahaan dalam Konten  
dan Manajemen Media Sosial Solo Radio**



GABRIELLA MERCY  
NPM: 205503266

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023



Program Studi Magister  
**Ilmu Komunikasi**  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## PERSETUJUAN TESIS

Nama : Gabriella Mercy  
Nomor Mahasiswa : 205503266  
Konsentrasi : Manajemen Media Digital  
Judul Tesis : Implementasi Identitas Perusahaan dalam  
Konten dan Manajemen Media Sosial Solo Radio

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan


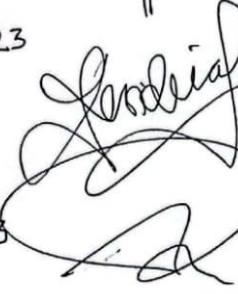

Desideria Cempaka Wijaya

27 Juli 2023

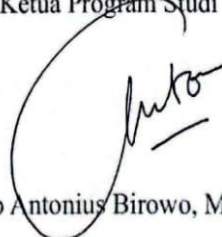
Murti, S.Sos., M.A

## PENGESAHAN TESIS

Nama : Gabriella Mercy  
Nomor Mahasiswa : 205503266  
Konsentrasi : Manajemen Media Digital  
Judul Tesis : Implementasi Identitas Perusahaan dalam  
Konten dan Manajemen Media Sosial Solo Radio

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
(Ketua) Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, Dra., M.Si.	24 Agustus 2023	
(Anggota 1) Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A.	24 Agustus 2023	
(Anggota 2) Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.	24 Agustus 2023	

Ketua Program Studi

  
(Drs. Mario Antonius Birowo, M.A., Ph.D.)

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gabriella Mercy  
NPM : 205503266  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : Implementasi Identitas Perusahaan dalam Konten dan Manajemen Media Sosial Solo Radio

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non - material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 27 Juli 2023

Saya yang menyatakan



Gabriella Mercy

## INTISARI

Radio sebagai media massa berusaha untuk mempertahankan eksistensinya di tengah pergeseran *trend* konsumsi media di antara khalayak. Solo Radio sebagai radio anak muda melihat hal ini sebagai peluang untuk lebih mendekatkan diri dengan *solo lovers* melalui media sosial. Solo Radio juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan implementasi identitas perusahaan sebagai *Famous, Fit, & Fashionable Station In The City*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian fenomenologi yang menggunakan model media sosial *The Circular Model of SoMe* dan teori-teori terkait identitas perusahaan. Data-data dalam penelitian ini diambil dengan melakukan wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi literatur.

Solo Radio melakukan *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* sebagai dasar untuk melakukan perencanaan pesan melalui media sosial. Perencanaan pesan terkait dengan identitas perusahaan telah dilakukan oleh Solo Radio sebelum diimplementasikan dalam konten-konten media sosial. Perencanaan ini terdiri dari *booklet project, media kit, sampai monthly plan dan weekly plan*. Seluruh perencanaan ini diperinci secara teknis dalam rapat-rapat kemudian diimplementasikan ke dalam konten media sosial Solo Radio di berbagai platform. Adapun prioritas penggunaan media sosial Solo Radio adalah *Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, dan Facebook*. Seluruh pengelolaan media sosial mulai dari perencanaan hingga evaluasi adalah tanggung jawab dari tim program. Sejauh ini, Solo Radio sudah melakukan manajemen media sosial dengan cukup baik, tetapi memang masih bisa dikembangkan dalam beberapa hal sehingga dapat lebih membantu manajemen dalam mempertahankan identitas perusahaan serta dapat mencapai target yang ditetapkan Solo Radio sebagai perusahaan.

**Kata Kunci:** Solo Radio, Media Massa, Manajemen Media Sosial, *The Circular Model of SoMe, Corporate Identity*.

## ABSTRACT

*Radio as a mass media tries to maintain its existence in the shifting trends in media consumption among audiences. Solo Radio as a young people segment radio sees that it is an opportunity to get closer with solo lovers through social media. Besides that, Solo Radio also use social media to maintain its corporate identity as a Famous, Fit & Fashionable Station In The City. This research is a type of phenomenological research that uses The Circular Model of SoMe and theories related to corporate identity. The data in this study were collected by conducting in-depth interviews, documentation and literature studies.*

*Solo Radio performs Segmentation, Targeting and Positioning as a basis for planning messages through social media. Planning messages related to corporate identity has been carried out by Solo Radio before being implemented in social media content. This plan consists of project booklets, media kits, to monthly plans and weekly plans. All of these plans are technically detailed in meetings and then implemented into Solo Radio's social media content on various platforms. The sort social media prioritized by Solo Radio are Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, and Facebook. Solo Radio's social media management from planning to evaluation is the responsibility of the team program. So far, Solo Radio has managed social media quite well, but it can still be developed so that it can assist management in maintaining corporate identity and achieving Solo Radio's targets as a company.*

**Keywords:** *Solo Radio, Mass Media, Social Media Management, The Circular Model of SoMe, Corporate Identity.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus, atas berkat dan kasih karunia-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan tesis. Perjalanan dalam menyelesaikan ini tidaklah mudah karena harus melewati beberapa rintangan, tetapi dengan pertolongan Tuhan Yesus peneliti dapat menyelesaikan studi magister dan penulisan tesis ini. Pada kesempatan ini, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada seluruh pihak yang sudah membantu selama studi magister dan penulisan tesis ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik:

1. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Mario Antonius Birowo, Drs., MA., Ph.D., atas bimbingan dan dorongan yang diberikan sampai tesis ini dapat terselesaikan.
2. Dosen Pembimbing Tesis, Desideria Cempaka W., S.Sos., MA., Ph.D., yang dengan penuh kesabaran dan penuh kasih memberikan waktu dan membagikan ilmu untuk membimbing Peneliti dalam menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik.
3. Lukas S. Ispandriarno, Drs., MA. Dr. Phil, A. Vita Noor Prima Astuti, S.Pd., M.Hum., Ph.D., Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA., Dr. Phil, MC. Ninik Sri Rejeki, Dra., M.Si., Dr. beserta segenap dosen Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas perhatian dan dukungan yang diberikan untuk Peneliti agar dapat menyelesaikan studi magister dan penulisan tesis ini.
4. Seluruh staf Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dalam keperluan administratif selama studi magister dan penyelesaian tesis.
5. Teman-teman seangkatan, alm. pak Bagus K, mas Dimas, mas Bagus Y, Dion, kak Ricky, mas Putu, mas Kris, dan mbak Ayuck yang bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan studi magister ini dan selalu saling mendukung dalam studi selama ini, terima kasih untuk semuanya.
6. Seluruh staf dari Solo Radio terutama pak Dicky, mbak Isti, mas Abbas, mbak Intan, mas Fariz, dan mas Lenggo yang sudah memberikan kesempatan, ilmu, dan bantuan untuk melakukan penelitian tesis di Solo Radio.
7. Almarhum Papa dan Almarhumah Emak tercinta, semoga pencapaian ini dapat membuat Papa dan Emak tersenyum bahagia di Surga, setelah melihat perjuangan ini akhirnya dapat terselesaikan.
8. Mama dan Nyonyo yang sudah menjadi motivasi serta pendukung dalam doa dan segalanya selama ini, terkhusus dalam proses penyelesaian studi magister dan penulisan tesis.
9. Jemaat GKRI Elim Solo dan teman-teman dari LevelUP yang telah senantiasa mendoakan serta memberikan semangat bagi Peneliti selama ini, terkhusus dalam menyelesaikan studi magister dan penulisan tesis.
10. Sahabatku Clara, kak Wahyu, David, dan Ayudhia yang sudah selalu mendukung Peneliti terkhusus saat melewati kesulitan dalam studi magister dan penulisan tesis.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam studi magister dan penulisan tesis ini, yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu per satu, semoga berkat Tuhan Yesus senantiasa beserta Bapak/ Ibu/ Saudara sekalian.

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa penulisan tesis ini masih memiliki kekurangan. Terima kasih untuk semua pihak yang memberikan masukan atau saran yang dapat menjadi masukan dan koreksi. Harapan Peneliti, tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang memerlukannya, Amin.

Surakarta, 19 Juli 2023

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Umum .....	7
1.3.2 Tujuan Khusus .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kerangka Teori.....	18
2.2.1 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> .....	19
2.2.2 Perencanaan dan Implementasi Pesan.....	20
2.2.3 <i>The Circular Model of Some</i> .....	22
2.2.4 <i>Corporate Identity</i> .....	24
2.2.5 Manajemen Media Sosial.....	26
2.3 Kerangka Konsep .....	27
2.3.1 Radio .....	27
2.3.2 Media Sosial.....	29
2.3.3 Konten .....	30
2.4 Kerangka Berpikir.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Paradigma dan Metode Penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Lokasi, Subyek, dan Waktu Penelitian .....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Triangulasi Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Lokasi dan Subyek Penelitian.....	40
4.2 Media Sosial Solo Radio.....	45
4.2.1 <i>Planning Melalui Booklet Project dan Media Kit</i> .....	45

4.2.2 <i>Weekly Plan</i> dan <i>Monthly Plan</i> .....	48
4.2.3 Eksekusi <i>Planning</i> .....	50
4.3 Pembuatan Konten Media Sosial.....	53
4.3.1 Pemanfaatan Fitur dan <i>Tools</i> Media Sosial.....	56
4.3.2 Prinsip Konten Media Sosial.....	59
4.3.3 Karakteristik Konten Media Sosial .....	63
4.3.4 <i>Influencer</i> dalam Media Sosial Solo Radio.....	68
4.4 <i>Famous, Fit, &amp; Fashionable Station In The City</i> .....	70
4.4.1 Sejarah dan Perkembangan .....	71
4.4.2 Penerapan dalam Program Siaran <i>On Air</i> .....	75
4.4.3 Penerapan dalam Media Sosial .....	78
4.4.4 Penerapan dalam Desain Interior dan Media Luar Ruang .....	80
4.4.5 Penerapan dalam Aktivitas Kantor.....	81
4.5 Target Perusahaan Solo Radio .....	83
4.6 Matriks Triangulasi .....	87
4.7 Pembahasan.....	93
4.7.1 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> .....	93
4.7.2 Perencanaan dan Implementasi Pesan.....	94
4.7.3 <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	99
4.7.4 <i>Corporate Identity</i> .....	107
4.7.5 Manajemen Media Sosial.....	111
4.7.6 Diagram Hasil Analisis Penelitian .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>116</b>
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Saran.....	117
5.2.1 Akademis .....	117
5.2.2 Praktis.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Berbagai Akun Media Sosial Solo Radio 92.9 FM.....	4
Gambar 1.2	Contoh Konten Instagram Story.....	6
Gambar 2.1	Model STP .....	20
Gambar 2.2	<i>The Circular Model of Some</i> .....	22
Gambar 3.1	Logo Solo Radio .....	35
Gambar 4.1	<i>Booklet Project</i> Solo Radio .....	46
Gambar 4.2	Program <i>Prime Time</i> Solo Radio .....	48
Gambar 4.3	Capaian Solo Radio di Instagram.....	48
Gambar 4.4	Keterlibatan Staf Solo Radio dalam Konten TikTok .....	52
Gambar 4.5	Konten Media Sosial Solo Radio .....	54
Gambar 4.6	Konten Iklan Solo Radio .....	55
Gambar 4.7	Konten Liputan Konser .....	55
Gambar 4.8	Interaksi pada kolom komentar Instagram .....	57
Gambar 4.9	<i>Top Five</i> Radio Versi Jogjastreamers.com.....	58
Gambar 4.10	Konten Facebook Solo Radio.....	60
Gambar 4.11	Konten YouTube Solo Radio .....	60
Gambar 4.12	Konten Twitter Solo Radio .....	61
Gambar 4.13	Konten TikTok Solo Radio .....	61
Gambar 4.14	Konten Instagram Solo Radio .....	61
Gambar 4.15	<i>Live Instagram</i> Solo Radio.....	64
Gambar 4.16	Konten Instagram Solo Radio saat <i>Prime Time</i> .....	64
Gambar 4.17	Konten <i>News Flash</i> .....	66
Gambar 4.18	Konten yang Mengundang Interaksi dengan Khalayak .....	67
Gambar 4.19	<i>Retweet</i> Konten Influencer .....	68
Gambar 4.20	Unggahan <i>Public Figure</i> Saat Berkunjung ke Solo Radio.....	70
Gambar 4.21	Siaran <i>On Air</i> Solo Radio.....	76
Gambar 4.22	Konten Media Sosial Solo Radio .....	78
Gambar 4.23	<i>Look Fashionable</i> Penyiar Solo Radio.....	80
Gambar 4.24	Desain Interior Kantor dan Mobil Solo Radio .....	81
Gambar 4.25	Keterlibatan Penyiar dalam Media Sosial Solo Radio .....	85
Gambar 4.26	Jumlah Pendengar Berdasarkan Usia .....	86
Gambar 4.27	Media Partner untuk Event Kampus .....	87
Gambar 4.28	<i>The Circular Model of Some</i> .....	100

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Berpikir .....	31
Diagram 4.1 Hasil Pemetaan .....	44
Diagram 4.2 Hasil Analisis <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	101
Diagram 4.3 Hasil Analisis Penelitian .....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Antar Radio per Maret 2023.....	3
Tabel 4.1 Target Pendengar Solo Radio .....	40
Tabel 4.2 Nama Program Solo Radio.....	41
Tabel 4.3 Matriks Triangulasi.....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Matriks Penelitian
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara