

Manajemen Produksi Konten Instagram Radio Global FM Surabaya Dengan Segmen Keluarga dan Perempuan

¹Aris Aditya Permana, ²Jupriono, ³Amalia Nurul Muthmainnah

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

arisadityap002@gmail.com

Abstract

Increasingly advanced technological developments have created various new media such as social media. Instagram is one of the many social media that continues to emerge. Broadcast media such as radio must indirectly be able to adapt in an era of competition that is becoming more competitive day by day. Especially for those who have segmentation for their audience such as families and women, such as Global FM Radio Surabaya. In the digital era, the use of social media is carried out by all parties, such as Global FM Radio Surabaya which uses Instagram social media. Of course, they present various information packaged in various content by carrying out management. In this regard, this research focuses on Instagram content management of Radio Global FM Surabaya with the family and women segments. In this research, researchers want to research and understand the management carried out by Radio Global FM Surabaya in creating content on Instagram. This research uses qualitative analysis with Morissan's theory of broadcast media management with four stages, namely planning, organizing, implementing and monitoring. Researchers conducted interviews with several sources as program directors and a team of social media specialists, and made observations. The results of this research show that Radio Global FM Surabaya has implemented four stages, namely planning, organizing, implementing and monitoring in its content management on Instagram.

Keywords: *Instagram content management, Global FM Radio Surabaya, family and women segments*

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin maju menciptakan berbagai media baru seperti media sosial. Instagram menjadi salah satu diantara sekian banyaknya media sosial yang terus bermunculan. Media penyiaran seperti radio secara tidak langsung harus mampu beradaptasi di era persaingan yang semakin harinya semakin kompetitif. Terlebih bagi mereka yang memiliki segmentasi bagi audiensnya seperti keluarga dan perempuan seperti Radio Global FM Surabaya. Di era digital, pemanfaatan media sosial dilakukan oleh semua pihak seperti Radio Global FM Surabaya yang menggunakan media sosial Instagram. Tentunya mereka menyuguhkan berbagai informasi yang dikemas dalam berbagai konten dengan melakukan manajemen. Sehubungan dengan hal itu, penelitian ini berfokus pada manajemen konten instagram Radio Global FM Surabaya dengan segmen keluarga dan perempuan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti dan mengetahui manajemen yang dilakukan Radio Global FM Surabaya dalam membuat konten-konten di Instagram. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan teori manajemen media penyiaran oleh Morissan dengan empat tahap yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber selaku program director dan tim social media specialist, serta melakukan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Radio Global FM Surabaya sudah menerapkan empat tahap yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam manajemen kontennya di instagram.

Kata kunci: Manajemen konten instagram, Radio Global FM Surabaya, segmen keluarga dan perempuan

Pendahuluan

Radio menjadi media konvensional yang saat ini masih menjadi pilihan sebagian orang sebagai sarana hiburan maupun media informatif. Tak jarang radio menjadi pilihan karena dipengaruhi beberapa faktor diantaranya kemudahan mengakses dan mendapat informasi secara langsung, juga radio menjadi pilihan yang ekonomis sebagai media hiburan yang interaktif bagi para pendengarnya. Radio sendiri menjadi media massa elektronik yang mampu menguasai ruang, dalam arti radio dapat diterima dimana saja dengan cakupan jangkauannya namun tidak dapat diputar ulang sehingga tidak menguasai waktu (Ahmad, 2015: 252).

Popularitas radio sendiri di era digital bisa dibilang cukup menurun dibandingkan dengan media baru yang banyak memberikan kemudahan dan dirasa lebih efisien dalam memberikan manfaat. Mengutip dari Radio Republik Indonesia (RRI), berdasarkan survei dari wearesocial.com per-Desember 2023 jumlah orang yang masih mendengarkan radio di Indonesia sebesar 51,1%. Data ini merupakan urutan terakhir dari beberapa data di atasnya, diantaranya merupakan 70% orang memilih untuk menikmati music menggunakan layanan musik streaming dan 70,7% orang menikmati konten media secara daring.

Berdasarkan data GoodStats.id jumlah pengguna media sosial khususnya di tahun 2023 ini meningkat pesat sebanyak 60% dari total jumlah populasi manusia yang ada di semua belahan dunia. Adapun angka tersebut sebanyak 4,76 miliar total pengguna yang ada. Sedangkan di Indonesia sendiri pengguna media sosial dari Data Reportal sebanyak 167 juta, hal ini meningkat ketika dilansir dari Statista pada 2017 hanya 47,03% pengguna media sosial dari populasi penduduk Indonesia. Melalui survei yang dilakukan Radio Indonesia Tahun 2020, jumlah pendengar radio di Indonesia sebesar 22.759 juta dengan rerata durasi pendengaran selama dua jam per harinya. Hal ini mengalami peningkatan sebesar 21% dibandingkan dengan tahun 2017 silam. Namun angka ini tentunya masih terbilang kecil jika kita menengok pada angka pengguna media baru yang berhasil menarik minat pengguna di era digitalisasi.

Sehingga untuk menjaga eksistensi mereka, perlu menggunakan strategi atau upaya lain salah satunya dengan memanfaatkan media sosial seperti yang dilakukan Radio Global FM Surabaya dengan konten digital. *Digital Content* sendiri merupakan konten berbagai informasi yang disampaikan melalui media yang terhubung dengan internet misalnya seperti artikel web, aplikasi, media sosial, dan media yang lain. Informasi tersebut dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, atau interaktif antara pemilik akun dengan para pengikutnya dalam bentuk yang beragam antara lain tulisan, gambar, video, atau gabungan dari semua elemen tersebut (Ronchi, 2009).

Radio Global FM adalah sebuah stasiun radio modern yang mengudara dari kota Surabaya dan berada dibawah manajemen Mercury Group, pada frekuensi 90.9 FM. Segmentasi radio ini ditargetkan untuk wanita dan keluarga muda. Stasiun radio ini berdiri sejak tahun 2000 yang berada di kota Surabaya. Radio Global FM memiliki beberapa program acara utama diantaranya *Morning Up!*, *Rest Area*, *Afternoon Vibes*, *Starry Night*, dan beberapa program acara lainnya.

Supaya semua konten dapat mencapai tujuan yang sudah direncanakan, maka diperlukan manajemen produksi. Manajemen konten digital dilakukan oleh Radio Global FM tidak semata untuk menjaga eksistensi mereka sebagai media penyiaran, juga dalam pengelolaan tak jarang ditemui hambatan atau rintangan. Langkah strategis ini dilakukan sebagai pendekatan agar mereka tetap bisa bertahan di banyaknya media baru yang bermunculan. Manajemen konten ini nantinya meliputi pembuatan, akses, pendistribusian konten, dan optimalisasi media digital di suatu platform. Adapun dalam penelitian ini media

sosial instargram sebagai platformnya. Ini karena Radio Global FM sedang berusaha memaksimalkan akun media sosial mereka. Sehingga hal itu dibangun dengan pemanfaatan konten-konten digital yang berkualitas yang diharapkan dapat menarik minat para khalayak.

Beberapa penelitian yang membahas mengenai manajemen produksi di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Darmawati, Ulfazia Armanda Triana (2021), Novika Ayu Triany, Muhammad Ridwan Arif, Citra Rosalyn Anwar (2022), Ahmad Mulyana dan Bambang Parikesit (2019). Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut terdapat pula komponen lain yang dapat dijadikan rujukan untuk penelitian ini, misalnya di bagian metode hingga pengumpulan data yang dilakukan.

Berdasarkan penjelasan masalah di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana manajemen konten digital dari Radio Global FM Surabaya sebagai segmen Keluarga dan Perempuan. Penelitian ini akan dilakukan menggunakan metode kualitatif. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui observasi hingga wawancara secara langsung kepada pihak-pihak yang berpartisipasi dalam proses manajemen digital Radio Global FM Surabaya.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Menurut Rukin (2021), penelitian kualitatif lebih berfokus pada makna, penalaran, definisi suatu situasi, dan lebih mengamati pada hal-hal mengenai kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2013), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang hal-hal tertentu, seperti perilaku subjek, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, dengan menggunakan lingkungan dan metodologi alami. Penulis menggunakan metode kualitatif karena melihat jenis data yang akan digunakan serta sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mencoba menggali dan menjelaskan mengenai bagaimana manajemen produksi setiap konten digital yang ada pada Instagram radio Global FM sebagai segmen keluarga dan perempuan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara sendiri dilakukan dengan menggunakan informan sebagai pihak yang terlibat dalam manajemen produksi konten instagram di Radio Global FM Surabaya. Diantaranya adalah *Program Director* dan *Social Media Specialist*. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas lapangan yang dilakukan Radio Global FM Surabaya dalam manajemen produksi konten digital mereka.

Hasil dan Pembahasan

Pada tahap perencanaan adalah tahapan yang berhubungan dengan kegiatan persiapan yang bertujuan untuk mencapai suatu kesepakatan mengenai kebijakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan bersama. Hal tersebut berkaitan dengan penelitian Putri dan Radjagukguk (2022) yang berjudul “Strategi Komunikasi Manajemen Redaksi Televisi Radio (TVR) Parlemen Dalam Meningkatkan Minat Penonton di Era Digital” di mana ia 36 mengungkapkan perencanaan yang dilakukan ialah melalui rapat sebagai upaya menentukan topik, informan dan proyek kerja selanjutnya.

Dalam penelitian ini, tahap perencanaan juga dilakukan melalui rapat atau brainstorming yang dilakukan oleh *program director* dan *divisi social media specialist* dari radio Global FM Surabaya. Tentunya pemilihan instagram sendiri memiliki alasan tersendiri. Hal ini berkaitan dengan melihat banyaknya penggunaan media sosial ini oleh banyak orang. Dan juga kemudahan-kemudahan yang ditawarkan didalamnya dapat dimanfaatkan secara maksimal. Terlebih untuk media penyiaran seperti radio Global FM Surabaya merasa instagram masih memiliki daya tarik yang tidak ditawarkan di media sosial lain.

“Instagram menjadi salah satu pilihan karena menurut saya platform sosial media yang paling masif itu adalah Instagram ya saat ini gitu. Jadi melalui Instagram kita bisa do anything baik itu sponsorship juga sudah bisa ya kan, sudah bisa ngeboost postingan, and so on and so on gitu walaupun memang tidak bisa dipungkiri bahwasannya platform media lain ada ini yang lebih masifnya kan gitu. Tapi kalau untuk penyebaran info yang timeline harus berbentuk e-flyer itukan Instagram masih megang.” (Nindya, dalam wawancara 10 Juni 2024).

Konsep merupakan sebuah hal utama dalam produksi sebuah karya atau suatu hal. Dalam radio Global FM sendiri, sebuah ide berasal dari program director selaku orang yang memutuskan dan membuat suatu keputusan. Dalam hal ini Nindya sebagai program director yang bertanggung jawab dalam menentukan konsep atau ide konten yang akan dibuat hingga diunggah ke akun instagram radio Global FM Surabaya.

“Fokus ide dan brainstormingnya awal dari saya lalu mereka bisa berjalan sendiri. Kecuali, itu adalah konten yang memang harus ditambahkan itu baru secara konsep full saya, lalu untuk membuat itu menjadi sebuah konten itu baru full teman-teman.” (Nindya, dalam wawancara 10 Juni 2024).

Dalam penuturannya Nindya menjelaskan jika setelah konsep didapat, tim social media specialistnya akan langsung mengeksekusi ide yang dibuatnya. Langkah awal sebelum penentuan konsep adalah ide itu sendiri. Mencari sebuah tema atau topik yang akan diangkat juga melewati sebuah proses yang bisa dibilang tidak terjadi secara singkat.

Melakukan analisis adalah langkah penting dalam menentukan bagaimana strategi atau rencana yang akan dilakukan kedepannya. Dengan melakukan analisis memungkinkan kita untuk mengetahui atau memahami bagaimana kekuatan, kelemahan, atau bahkan peluang kita di lapangan. Sehingga, media seperti radio yang ada di instagram dapat berinovasi dan menyesuaikan konten mereka dengan mempertahankan audiens segmentasinya. Radio Global FM memanfaatkan beberapa platform media sosial lain, bahkan hingga teknologi yang sekarang sedang marak digunakan oleh banyak orang yaitu kecerdasan buatan atau AI. Mereka memanfaatkan semua ini untuk tetap bisa bertahan dan membangun strategi dengan mengetahui apa yang sedang terjadi dan isu yang banyak dibahas oleh khalayak ramai.

Tahap pengorganisasian dilakukan dengan membagi tugas. Konten instagram di radio Global FM sendiri masih satu arah dalam mengkomunikasikannya. Maksudnya adalah semua keputusan dan perencanaan masih program director yang memiliki wewenang tersebut. Namun, tak menutup kemungkinan jika tim yang lain juga dilibatkan misalnya saat brainstorming. Nindya selaku program director akan bertanggung jawab penuh dalam penulisan naskah, lalu akan membagi tugas dengan tim lain.

Pemilihan strategi menjadi keputusan yang harus diambil secara bijak. Bagaimana sebuah konten itu dapat berhasil sampai ke tangan audiens, tentunya membutuhkan sebuah strategi yang bagus. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh radio Global FM Surabaya. Agar konten mereka sampai di audiens keluarga dan perempuan mereka melihat alur konten yang paling banyak diminati di akun instagram mereka. Dengan melihat konten mana yang paling diminati, maka dapat menyimpulkan untuk lebih memaksimalkan terutama di konten tersebut.

“Ya otomatis kita harus melihat flownya ya. Kayak misalnya konten apa yang tinggi berarti itu yang paling diharapkan oleh followers kami untuk dilihat di timeine Instagram kan begitu. Sementara kami masih mengikuti target... bukan target ya, market kami dimana kalau dia tingginya di itu misalnya saat ini tingginya di Glo-Parentalk gitu, kita boost disitu gapapa gak ada masalah, maksudnya walaupun konten yang lain harapan kita berjalan beriringan gitu. Tapi kan memang tidak bisa dipungkiri bahwa ada isu-isu yang memang lebih seneng didengar atau dibaca atau dinikmati sama followers kita kan gitu.” (Nindya, dalam wawancara 10 Juni 2024).

Lalu, memahami target segmentasi menjadi hal lain yang perlu diperhatikan. Tujuan dari memahami target segmentasi bagi radio Global FM supaya dapat merangkul serta menjangkau setiap keluarga dan juga perempuan dimulai dengan lingkup yang kecil terlebih dahulu, dalam hal ini ialah kota Surabaya. Radio Global FM juga beranggapan bahwa sebisa mungkin radio ini menjadi tempat untuk saling berbagi cerita.

Selanjutnya pada tahap pelaksanaan Radio Global FM Surabaya melakukan plotting penjadwalan konten secara mingguan. Pada proses pelaksanaannya sendiri, dikonten mengenai GloParentalk, GloBeautips, dan GloWithYou radio Global FM Surabaya akan mengutip konten-konten dari berbagai sumber yang beragam. Setelah menemukan konten yang sesuai dengan tema, mereka akan melakukan plotting pada tiap konten tersebut menggunakan spreadsheet. Dalam spreadsheet ini tim social 43 media specialist akan mengumpulkan plottingan konten dalam seminggu. Kemudian, plotting konten itu nantinya akan diserahkan ke tim produksi dari Mercury Media Group untuk dilakukan pengunggahan beserta penambahan cover untuk konten tersebut.

“Kita, terus itukan kita yang bikin caption headline, terus cari video, terus nanti kita setor ada di sheet itu nanti ngeupload itu dari tim produksi, itu nanti tim produksi biasanya buat apa ya...kayak cover, dia yang buat covernya” (Nur, dalam wawancara).

Hambatan maupun tantangan yang muncul juga dapat berasal dari berbagai faktor, dan hal ini juga dapat mempengaruhi keberhasilan dari sebuah hasil yang diharapkan. Radio Global FM Surabaya menghadapi tantangan, namun dengan memahaminya maka mereka dapat mengatasi supaya strategi yang sudah direncanakan tetap menjadi efektif untuk mengatasi tantangan tersebut.

Melalui wawancara, Nindya menjelaskan tantangan yang dihadapi dan coba mereka selesaikan adalah lingkup segmentasi mereka yang sudah sangat jelas dari awal, menjadi sebuah hal yang sulit bagi mereka untuk dapat menemukan sosok yang mau untuk menyuarakan pendapat dan berbagi ceritanya agar dapat didengar oleh orang banyak. Untuk mengatasi hal ini, Nindya sebagai program director tak jarang harus mencari solusi lain. Sehingga, dalam menghadapi tantangan ini dirinya masih mengandalkan relasi yang dia punya agar dapat ditunjuk sebagai narasumber di radio Global FM Surabaya.

Selanjutnya, pada tahap pengawasan Radio Global FM Surabaya melakukan evaluasi secara mingguan terhadap konten-konten yang telah mereka unggah ke Instagram mereka. Dalam hal ini yang dimaksud ialah setiap minggunya akan ada evaluasi untuk konten utama mereka selama seminggu kebelakang. Mereka meninjau kembali konten mana yang berhasil meraih banyak respon mulai dari jumlah suka dan penonton, dan konten mana yang dirasa masih kurang dibandingkan dengan konten-konten yang lain.

“Iya. Evaluasi itu kan kepada keseluruhan ya, maksudnya ketika satu minggu nih konten dari Senin sampai Minggu udah apa-apa aja mana yang paling tinggi itu kita jadikan catatan bersama. Berarti di minggu lalu konten A misalnya viewers sekian, likenya sekian, dengan caption ini berarti kurang apa ya. Hal itu yang di breakdown bersama-sama gitu.” (Nindya, dalam wawancara 10 Juni 2024).

Sebagai upaya untuk konten yang dinilai kurang memuaskan, mereka sebisa mungkin mencari solusi untuk menghadapi masalah tersebut. Biasanya mereka akan lebih mementingkan isi konten itu sendiri. Menganalisis dari berbagai aspek hal apa yang sekiranya tidak berkenan di pengikut mereka. Radio Global FM akan melakukan identifikasi dan berusaha mengikuti minat pasar, hal apa yang saat ini sedang banyak dibicarakan oleh khalayak

ramai. Upaya tersebut juga dinilai Nindya dapat meningkatkan insight mulai dari konten tersebut, atau akun instagram radio Global FM Surabaya secara keseluruhan.

Penutup

Setelah dilakukan pembahasan dan hasil penelitian, peneliti berkesimpulan jika bahwa manajemen konten instagram di Radio Global FM Surabaya dengan segmen keluarga dan perempuan telah menerapkan empat tahap diantaranya perencanaan, penorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Pada tahap perencanaan radio Global FM Surabaya melakukan beberapa langkah awal, instagram menjadi pilihan karena selain dinilai memiliki pengguna yang cukup masif sosial media instagram juga menawarkan berbagai kemudahan, terlebih untuk kepentingan bisnis seperti sponsorship dan hal-hal lainnya. Penentuan konsep menjadi hal utama dalam tahap perencanaan. Menentukan hal yang akan diangkat dan dibahas menjadi inti dari penentuan konsep.

Selanjutnya, pada tahap pengorganisasian langkah yang dilakukan yaitu dengan pembagian tugas dari masing masing orang yang terlibat pada proses pembuatan sebuah konten. Perencanaan konsep dilakukan oleh program director sedangkan yang melaksanakan proses produksi merupakan tim social media specialist. Pada tahap pelaksanaan dilakukan strategi agar sebuah konten nantinya diharapkan dapat menarik minat dan perhatian dari pengikut mereka di instagram. Kurangnya perluasan dari segmentasi yang mereka punya menjadi suatu hambatan yang berusaha untuk dicari solusinya. Selanjutnya, pada tahap evaluasi radio Global FM Surabaya secara rutin dilakukan setiap minggunya dengan upaya mengidentifikasi setiap konten yang telah diunggah selama seminggu ke belakang.

Daftar Pustaka

- Apriliyanti, D., & Muttaqien, M. (2022). *Instagram Account Digital Content Production Management @ Jogjatv in The Era Of The Covid-19 Pandemic Akun Instagram Manajemen Produksi Konten Digital @ Jogjatv di Era Pandemi Covid-19*. 2(1), 1–16. <https://prosiding.umy.ac.id/grace/index.php/pgrace/article/download/452/414/1575>
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas / & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hasibuan, A. T., Rosdiana Sianipar, M., Ramdhani, A. D., Putri, F. W., & Ritonga, N. Z. (2022). Konsep dan Karakteristik Penelitian Kualitatif serta Perbedaannya dengan Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(Penelitian Kualitatif), 8690. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3730>
- Heizer, J., and Render, B. (2011). *Operations Management*. 10th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Ilyas Ismail, M. (2020). *Evaluasi Pembelajaran: Konsep Dasar, Prinsip, Teknik, dan Prosedur*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Khalis, N. (2019). Strategi Segmentation Targeting Positioning Pt Radio Suara Asâ€™Adiyah Sengkang Untuk Menjaga Eksistensinya. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 1(1), 68–78. <https://doi.org/10.47354/mjo.v1i1.91>
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group.

- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/38118>
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (1 ed.). JAKARTA : Kencana., 2020.
- Publikasi Berbasis Web Pada Stmik Amikom Yogyakarta. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2013*, 13–18.
- Radioindonesia.co.id. (2020). Jumlah pendengar Radio mengalami peningkatan. 21 Juni 2020. [radioindonesia.co.id. https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami-peningkatan](https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami-peningkatan)
- Radiomaya.blogspot.com. (2020). Global fm 90.9 Surabaya. [radiomaya.blogspot.com. http://radiomaya.blogspot.com/2020/09/global-fm-909-surabaya.html](http://radiomaya.blogspot.com/2020/09/global-fm-909-surabaya.html)
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sanjaya. (1995). Internet: Sumber Informasi Penting untuk Para Profesional. [elektroindonesia.com. https://www.elektroindonesia.com/elektro/no3b.html](https://www.elektroindonesia.com/elektro/no3b.html)
- Sedyaningsih, S. (2018). Konvergensi Media Di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi Dalam Proses Belajar Mengajar Di Era Digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, 19(1), 52–57. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v19i1.317.2018>
- Setiadi, A. (2016). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Terry, G. R. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Triana, U. A. (2022). *Manajemen Produksi Program Afternoon Show Dalam Menggunakan Siaran Streaming Di Radio Aditya Fm Pekanbaru* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU). <http://repository.uin-suska.ac.id/59320/>
- Triany, N. A., Arif, M. R., & Anwar, C. R. (2022). Manajemen Inovasi Penyiaran Radio: Studi Kasus Smart Fm Makassar–Kg Radio Network. *Journals of Social, Science, and Engineering*, 1(1), 26-31. <http://journal.unifa.ac.id/index.php/jsse/article/view/324>
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen Produksi Konten ‘Sketsamu’ Di Youtube Muhammadiyah Channel. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 164– 177. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.1999>
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Widjaja, W., Munim, A., Sutaguna, I. N. T., Aghivirwiati, G. A., Khasanah, Ekowati, D., Purbaningsih, Y., Setiadi, B., Sutangsa, & Rosalina, T. (2022). Manajemen Produksi dan Operasi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Nomor November).

- https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=6EwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=manajemen&ots=sFp8VnxwTZ&sig=_5cVXXnNZvbI9hGaaPnyfJnUn8o
Yudianto, F., Qotrunnada, E., Herlambang, T., Adinugroho, M., & Yuliana, L. (2023). Pengembangan Sistem Notifikasi dan Rekap Penggunaan Data Internet pada Aplikasi Myim3 di PT Indosat Ooredoo. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1594-1603.
<https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/12399>
- Yuvita, H, Zakaria Wahab, S. (2019). MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 9, No. 3, Oktober 2019. *Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang*, 9(3), 431–446. <https://core.ac.uk/download/pdf/293654007.pdf>