

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian hari kian cepat tidak dapat dihindari lagi. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini adalah munculnya media baru atau internet. Di Indonesia sendiri perkembangan internet cukup pesat.

Berdasarkan riset We Are Social dan Hootsuite 2017, pengguna internet di Indonesia tumbuh 51% dalam kurun waktu satu tahun. Angka ini merupakan yang terbesar di dunia bahkan jauh melebihi pertumbuhan rata-rata global yang hanya 10% (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia>).

Sedangkan menurut lembaga riset pasar e-Marketer populasi *netter* Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada 2017, e-Marketer memperkirakan *netter* Indonesia mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat (https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/sorotan_media).

Dengan adanya internet, sekarang kita dapat memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan mudah dan cepat. Media sosial yang merupakan bagian dari internet (media baru) tersebut menjadi pilihan bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan mengakses informasi maupun hiburan. Richard Hunter (2002) mengulas dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Nasrullah, 2017 : 1).

Media sosial telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan mencari informasi. Media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini didapat dari media tradisional, kini bisa didapat di internet. Konsumen media kini ramai-ramai beralih ke media sosial untuk memperoleh informasi.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada tiga media sosial yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, yakni (<http://www.apjii.or.id/survei2016>) :

1. Facebook dengan 71,6 juta pengguna atau 54%
2. Instagram dengan 19,9 juta pengguna atau 15%
3. Youtube dengan 14,5 juta pengguna atau 11%

Seiring dengan banyaknya pengguna media sosial tersebut, radio sebagai salah satu media tradisional yang berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi kini mulai tidak memegang peranan penting lagi sebagai penyebar informasi. Masyarakat kini beralih menggunakan media

sosial untuk memperoleh informasi, bahkan masyarakat pun dapat menyebarkan sebuah berita melalui akun media sosial mereka.

Namun, Nielsen Radio Audience Measurement mencatat bahwa meskipun internet tumbuh pesat pada kuartal ini, tidak berarti bahwa jangkauan akan pendengar radio menjadi rendah. Kendati penetrasi media televisi (96%), Media Luar Ruang (52%) dan Internet (40%) masih tinggi namun media radio masih terbilang cukup baik di angka 38 persen pada kuartal ketiga 2016 (<http://www.nielsen.com>).

Popularitas media radio memang menurun. Namun, radio akan tetap bertahan, meski dengan jumlah pendengar yang kalah banyak dari pengguna media internet. Hanya saja, untuk mempertahankan eksistensi keberadaan radio para *broadcaster* dituntut lebih kreatif dan mampu mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang terus berkembang pesat. Radio dan internet pun dapat saling melengkapi karena para pendengar radio ini juga mengakses internet, sehingga internet dapat menjadi *platform* bagi radio untuk menjangkau mereka. Salah satu radio yang berupaya mengikuti perkembangan tersebut adalah Radio Elgangga FM.

Radio Elgangga FM merupakan salah satu radio swasta di Bekasi. Berdasarkan lembaga survey Nielsen, Radio Elgangga menjadi radio nomor satu se-Jabodetabek dengan jumlah pendengar mencapai 2,5 juta pada tahun 2016.

Gambar 1.1. Grafik Pendengar Radio Sejabodetabek



Berdasarkan alasan tersebut, penulis tertarik menjadikan Radio Elangga FM sebagai subyek penelitian dalam penelitian ini. Penulis tertarik, mengamati apa saja upaya dan usaha yang dilakukan oleh radio tersebut dalam meningkatkan perhatian pendengar dengan menggunakan media sosial untuk mempertahankan keberadaannya.

Sebagai radio nomor satu di Bekasi, Elangga FM dikenal sebagai radio dangdut karena sebagian besar lagu yang diputar adalah musik dangdut, namun ada juga jenis musik lain yang diputar. Radio ini melakukan berbagai usaha untuk mempertahankan eksistensinya sebagai radio pilihan masyarakat. Elangga FM memiliki beberapa akun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan

Instagram. Selain agar tidak ketinggalan teknologi, dengan memanfaatkan media sosial bisa menjadi lebih dekat dengan pendengarnya.

Dengan media sosial, Elgangga FM mengkomunikasikan radionya dengan menampilkan foto atau video *event* yang dilakukan, kegiatan siaran maupun aktivitas penyiar dalam akun media sosial tersebut. Dengan memanfaatkan media sosial, banyak hal yang bisa didapatkan, dan Elgangga FM dapat membina hubungan secara langsung dengan pendengarnya karena adanya pola komunikasi yang interaktif dari media sosial. Pendengar akan merasa puas karena bisa langsung berkomunikasi dengan radio dan penyiar yang mereka suka.

Sebagai radio swasta yang operasionalnya dibiayai oleh iklan, Radio Elgangga FM membutuhkan pendengar yang loyal yang bisa ditawarkan kepada pemasang iklan. Eksistensi radio juga memengaruhi Radio Elgangga FM untuk memperoleh pendengar yang loyal. Dengan semakin eksisnya sebuah radio, maka kemungkinan besar jumlah pendengar akan semakin tinggi pula. Melalui media sosial, hubungan yang telah dibangun dapat membantu radio untuk mengetahui bagaimana karakteristik pendengarnya, apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Berbagai upaya dapat dilakukan oleh radio untuk mempertahankan eksistensi keberadaannya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial. Mengikuti perkembangan zaman, Elgangga FM menggabungkan radio dengan media sosial untuk dapat bersaing dengan media lainnya dan tetap dapat mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menjadikan hal tersebut sebagai topik penelitian dengan judul “Mempertahankan eksistensi radio melalui media sosial dalam meningkatkan perhatian pendengar”.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian yaitu “Apakah yang dilakukan oleh Elgangga FM untuk mempertahankan eksistensi radio melalui media sosial dalam meningkatkan perhatian pendengar”

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Usaha yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi hanya melalui media sosial
2. Penggunaan media sosial dalam meningkatkan eksistensi hanya untuk meningkatkan perhatian pendengar

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dapat tercapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui cara Elgangga FM untuk mempertahankan eksistensi radio melalui media sosial dalam meningkatkan perhatian pendengar.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat digunakan baik secara akademis maupun praktis. Peneliti memberikan batasan terhadap manfaat yang akan dihasilkan melalui penelitian ini, yaitu pada aspek

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengaplikasikan materi ilmu komunikasi yang dipelajari semasa perkuliahan. Juga dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa. Serta dapat memberi wawasan baru dalam bidang ilmu komunikasi sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan khususnya bagi pihak Elgangga FM dalam mempertahankan eksistensi keberadaan radio, sehingga dapat meningkatkan perhatian pendengar. Selain itu, dapat menarik pendengar untuk lebih berminat mendengarkan siaran radio.