

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan media baru pada era digital seperti media sosial telah menjadi peralihan dari era analog ke era teknologi digital. Maka proses komunikasi yang terjadi dalam masyarakat juga akan lebih efektif dengan menggunakan alat komunikasi digital dimana masyarakat hanya perlu memastikan ke dalam sistem serta terhubung pada jaringan internet untuk pemenuhan kebutuhan informasi dan hiburannya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu tren yang membawa pola komunikasi masyarakat terhadap perubahan komunikasi secara digital (Setiadi, 2014).

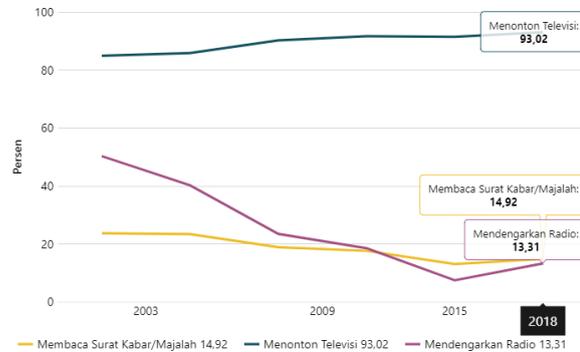
Media baru terus bermunculan dengan fitur-fitur interaktif dan multimedia yang menarik. Namun, media radio tetap menjadi opsi bagi banyak orang dalam mencari informasi dan hiburan. Radio merupakan salah satu bentuk media penyiaran yang terus relevan hingga saat ini. Radio pada saat ini tidak hanya mengandalkan jaringan frekuensi dalam penyebarannya namun sudah banyak yang bertransformasi pada media *streaming* dan melakukan promosi program siarnya sebagai produk utamanya melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook (Azis, 2021). Radio memiliki daya tarik yang khas dengan keintiman dan kemampuan untuk menyampaikan cerita melalui suara yang autentik. Ini menjadikan radio sebagai pilihan bagi mereka yang mencari pengalaman audio yang mendalam dan menarik.

Bertambahnya media baru yang muncul, dengan revolusi industri 4.0 juga menghadirkan tantangan bagi industri radio. Berbagai macam media sosial dengan konten yang menarik dan *platform* penyiaran juga semakin banyak bermunculan. Hal ini menandakan bahwa persaingan dalam industri radio tidak hanya terbatas pada antar radio saja, tetapi juga mulai bersaing dengan media sosial sendiri yang berbasis aplikasi atau *platform streaming* lainnya.

Aplikasi *streaming* seperti Spotify dan YouTube Music memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengakses lagu favorit mereka kapanpun dan dimanapun. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp tidak hanya memberikan berita dan informasi terkini, tetapi juga memfasilitasi komunikasi cepat dan mudah antar individu. Kehadiran *podcast* juga menjadi ancaman bagi industri radio. Podcast menawarkan program-program serupa dengan radio, tetapi dengan keunggulan seperti pilihan tema yang lebih luas, kemampuan untuk memutar ulang episode, dan fleksibilitas waktu.

Industri radio berupaya memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pendengar dengan menyediakan program serta konten yang beragam dan unik, termasuk melalui promosi pada media sosial (Gunawan & Rochim, 2020). Fenomena ini memacu perusahaan penyiaran radio yang telah lama menjadi media yang populer di kalangan masyarakat, untuk memiliki keunggulan sebagai media massa yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga mudah diakses oleh berbagai lapisan pendengar. Menurut Heinich, seorang ahli komunikasi, radio memiliki daya tarik tambahan karena mampu merangsang imajinasi pendengar (*theatre of mind*) dan memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menyampaikan informasi melalui beragam format

seperti dramatisasi, diskusi, ceramah, atau dialog (Azis, 2021).

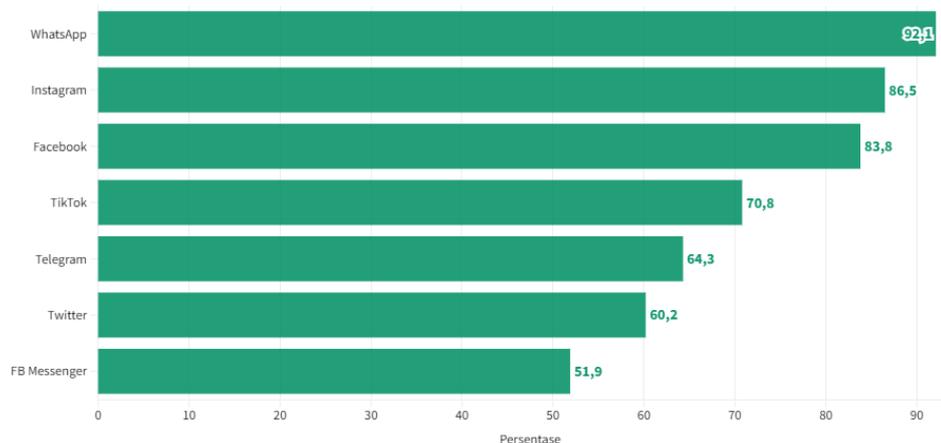


Gambar 1.1 13% Masyarakat yang Masih Mendengarkan Radio

Sumber: databoks.katadata.co.id data publish diakses 2023

Menurut survei katadata.co.id jumlah pendengar radio mengalami penurunan, situasi ini mendorong media radio untuk terus berupaya menarik perhatian Masyarakat. Perusahaan penyiaran radio pun menjalankan berbagai strategi dengan merancang konsep program-program yang menarik untuk mempertahankan minat pendengar. Selain itu, mereka juga aktif dan masif dalam melakukan promosi baik melalui siaran radio maupun di luar siaran (Miranda & Yuliati, 2020). Perusahaan media radio tetap berkomitmen untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan *trend* dan preferensi pendengar agar tetap menjadi media yang diminati oleh khalayak. Semua upaya ini dilakukan dengan tujuan untuk membangkitkan minat pendengar dan memastikan bahwa radio tetap menjadi pilihan yang menarik dan relevan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Salah satu media sosial yang diminati pada saat ini adalah Instagram. Selain untuk mengunggah foto, Instagram juga digunakan sebagai media untuk memasarkan produk bisnis. Selain cara penggunaannya yang instan, mudah dan gratis, Instagram juga memiliki banyak kelebihan. Salah satu kelebihan Instagram adalah cara promosi yang mudah dengan menggunakan fitur yang ada, sehingga Instagram menjadi media sosial yang favorit bagi banyak orang dan menjadi media sosial yang banyak di akses.



Gambar 1.2 8 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

Sumber: dataindonesia.id publish Januari 2023

Menurut hasil survei dari dataindonesia.id saat ini Instagram merupakan media sosial yang sangat diminati banyak kalangan, mulai anak-anak hingga orang tua dengan mudah menggunakannya. Setiap tahun Instagram selalu mengeluarkan inovasi baru termasuk fitur menarik seperti *Instagram Story* dan *Reels* sehingga pengguna Instagram sekarang bukan hanya individu seseorang saja, Perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa dan produk-produknya memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media promosi mereka.

Meluasnya penggunaan media sosial Instagram, khususnya yang memanfaatkan fitur Instagram dalam membuat konten, pada gilirannya

memberikan peluang bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para konsumen dan pelanggan mereka melalui media yang berkembang ini. Kehadiran Instagram telah mendorong promosi, kampanye, periklanan dan layanan ke arah yang baru dan kreatif. Tidak hanya melalui layanan telepon dan media cetak saja (Dzulfiqar, 2021). Dengan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan penyiaran radio untuk mempromosikan produk utamanya yaitu program siaran melalui tautan *platform streaming* dimana pendengar mendapat informasi dan hiburan dengan akses yang mudah (Agustina & Putra, 2021).

Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, telah menyaksikan pertumbuhan pesat dalam industri penyiaran. Hal ini tercermin dari keberadaan 49 stasiun radio di Surabaya. Setiap stasiun radio tersebut telah menargetkan segmentasi pendengar tertentu dan berupaya memenuhi preferensi mereka (Prssnijatim, 2021). Angka ini menunjukkan bahwa radio tetap menjadi pilihan masyarakat Surabaya sebagai sumber hiburan audio yang menyediakan beragam konten seperti *talkshow*, kuis, berita, dan musik. Namun, persaingan yang semakin ketat dalam industri radio menuntut setiap stasiun untuk terus berinovasi dan mempertahankan eksistensinya dengan menyajikan konten-konten yang kreatif.

Radio Gen 103.1 FM adalah salah satu perusahaan penyiaran radio di kota Surabaya yang merupakan radio yang berbasis hiburan dan informasi yang menghibur untuk para pendengarnya yang mayoritas adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja dengan segmentasi umur pendengar utama usia 18 hingga 49 tahun. Radio Gen FM mengudara pada jaringan FM, dan berada di saluran 103.1 FM (Agustina

& Putra, 2021).

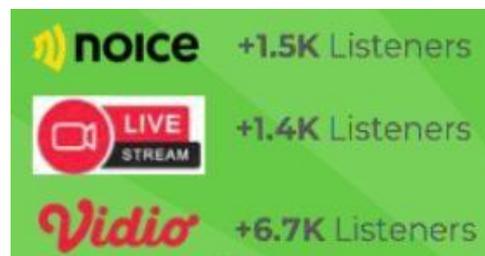
Penelitian ini dilakukan pada Radio Gen FM 103.1 Surabaya Radio Gen FM menjadi salah satu radio swasta yang masih eksis di tengah ketatnya persaingan bisnis radio di Surabaya. Dari hasil wawancara awal dengan *program director* Radio Gen FM 103.1 Surabaya (Anggi Koeswinanto) pada bulan April 2023 menyatakan bahwa mengutip dari hasil survey Nielsen Listenership Study pada tahun 2019, Radio Gen FM 103.1 Surabaya berada pada nomor 2 dari keseluruhan radio yang ada di Surabaya, dengan banyak pendengar sebanyak 410 ribu orang. Selain itu berdasarkan lama waktu mendengarkan, radio ini menjadi nomor 3 di Surabaya, yaitu selama 2 jam 45 menit setiap harinya, dan dimana saja. Informan juga menyampaikan bahwa dalam perusahaan yang berorientasi pada layanan seperti stasiun radio kepuasan “Sobat Gen” sebagai pendengar setianya harus diprioritaskan.

Dengan pembawaan logat medok dan bahasa suroboyoan membuat kesan humor yang dapat menimbulkan suasana yang menyenangkan bagi pendengarnya sesuai dengan beberapa slogan yang dibawa yaitu “Suroboyo poll”, “Teman terbaik buat kamu”, dan “Generasi suara musik Indonesia” yang menjadi keunikan dari stasiun radio lain di Surabaya yang terkesan formal dan kurang memiliki ciri khas. (Dzulfiqar, 2021).



Gambar 1.3 Jangkauan/Pengikut Media Sosial Gen 103.1 FM Surabaya
 Sumber: *gen1031FM.com* di akses 30 Agustus 2023

Keberlanjutan jumlah pendengar sangat penting bagi stasiun radio, baik melalui pendengar konvensional yang menggunakan frekuensi utamanya ataupun melalui *platform streaming* seperti *website*, aplikasi Noice, dan Vidio sebagai bentuk transformasi era digital. Dengan akses yang beragam untuk mendengarkan siaran Gen 103.1 FM Surabaya, peluang untuk menarik pendengar sangat terbuka. Didukung dengan segmentasi umur yang sama dengan pengguna Instagram serta target utama pendengar Gen FM ini bisa dimanfaatkan untuk mengencarkan promosinya. Tidak hanya penyiar sebagai ujung tombak dari stasiun radio, promosi perlu dilakukan pada setiap divisi yang ada termasuk oleh penyiar, *producer*, *program director*, *digital content*, dan marketing yang utamanya mengatur strategi promosi dalam berbagai metode termasuk pada media sosial.



Gambar 1.4 Jumlah Pendengar Harian Siaran Streaming
 Sumber: *gen1031FM.com* diakses 30 Agustus 2023

Pada gambar diatas terlihat untuk jumlah pendengar program siaran *streaming* harian angkanya cukup tinggi dari radio komersil lainnya di Kota

Surabaya. Terdapat banyak cara yang dapat digunakan untuk mengakses dan meningkatkan kuantitas pendengar sebuah program siaran *streaming* radio, yang juga mampu mempengaruhi hasil dari siaran tersebut. Hal ini harus dilakukan sebagai upaya stasiun Radio Gen 103.1 FM Surabaya untuk mempromosikan program siaran *streamingnya* sebagai bentuk dari transformasi digital dengan menyajikan konten Instagram yang tampilan dan informasi menarik serta ajakan untuk mendengar program siaran *streaming* melalui berbagai *platform* yang tersedia.

Konten yang mengajak interaksi pendengar sangatlah berarti dan berperan menjaga keakraban penyiar dengan pendengar. Disisi lain akun Instagram Radio Gen 103.1 FM Surabaya yaitu @gen1031fmsby dengan pengikut yang lebih sedikit daripada media sosial lain. Namun dijadikan sebagai media sosial promosi utama. Sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi program siaran *streaming* radio Gen 103.1 FM Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini difokuskan pada bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi program siaran *streaming* Radio Gen 103.1 FM Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas terdapat tujuan yang berkesinambungan yaitu adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media promosi program siaran *streaming* Radio Gen 103.1 FM Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur dan pada instansi perguruan tinggi lainnya sebagai bahan penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi program siaran *streaming* Radio Gen 103.1 FM Surabaya dan sebagai sumber referensi dan informasi yang dapat dikembangkan melalui penelitian atau kegiatan akademik lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan kepada banyak orang dan terkhusus kepada Radio Gen 103.1 FM Surabaya tentang bagaimana media sosial utamanya Instagram dapat dimanfaatkan menjadi sebuah media promosi yang berguna bagi peningkatan jumlah pendengar program siaran *streaming* sebagai produk utamanya dan sebagai bentuk transformasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian lain yang mengarah kepada media sosial dan radio.