

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa (mass communication), seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Tahun 1988 jumlah stasiun radio kurang dari seribu, saat ini jumlahnya sekitar 3000 lembaga penyiaran radio (Nasution, 2018). Pada era modern, radio dianggap sebagai media konvensional yang sudah tertinggal jauh dari media lainnya, terlebih dengan media online yang perkembangannya semakin luas seiring semakin berkembangnya teknologi. Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat bagi pemilik dan pengelola stasiun radio (Nasution, 2018).

Radio yang dianggap sebagai industri penyiaran tentu membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk dapat bersaing. Banyaknya stasiun radio yang ada membuat persaingan menjadi sangat ketat, sehingga setiap radio membutuhkan kemampuan dan keahlian untuk menjaga eksistensi radio dengan mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru.

Mengelola industri radio saat ini memiliki tantangan yang sangat besar, dibutuhkan kreatifitas dan inovasi. Pengelola ataupun pemilik modal harus mampu meyakinkan pengiklan untuk mengiklankan produknya demi biaya kelangsungan hidup radio. Kalau tidak radio akan kalah bersaing dan mati secara perlahan. Manajemen radio harus terus dibenahi demi kelangsungan hidup radio siaran dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan dengan media digital lainnya (Nasution, 2017). Untuk dapat mengambil hati para pendengarnya agar tetap setia, radio perlu meningkatkan dan mengembangkan kualitasnya dalam merencanakan program-program supaya dikemas secara menarik untuk disajikan kepada audiens.

Pengelola stasiun penyiaran radio harus memahami siapa audien sasaran mereka dan apa kebutuhannya, karena pada hakikatnya persaingan dalam

media penyiaran radio merupakan persaingan untuk merebut perhatian audiens. Untuk merebut audiens, setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas supaya dapat bersaing. Strategi merebut audiens adalah sama saja dengan strategi manajemen dalam arti luas.

Di tahun 2021, jumlah stasiun radio di Bekasi mencapai 11 stasiun radio yang mana diantaranya terdapat 4 stasiun radio yang berfrekuensi AM dan 7 stasiun radio yang mengudara di frekuensi FM (*asiawaves*, 31/12/21). Adanya beberapa stasiun penyiaran tersebut memiliki format yang berbeda dari setiap masing-masing radio yang ada. Pada umumnya, format radio yang dimiliki dari setiap radio adalah hiburan dan musik. Di Bekasi itu sendiri, hanya Radio Elgangga 100.3 FM yang menjadi radio dengan beberapa isi programnya yang menggunakan format khusus, yaitu kebudayaan.

Banyaknya keberagaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia, dan khususnya yang ada di Bekasi menjadikan radio ini mencoba untuk membuat sebuah program dengan format khusus, yaitu kebudayaan. Program yang memiliki nama Sroto Banyumasan ini memiliki tujuan ingin mengangkat kembali nilai-nilai kebudayaan yang ada di tengah keberagaman budaya yang ada ditengah masyarakat Bekasi, yaitu salah satunya adalah Budaya Jawa. Bekasi adalah wilayah urban dengan populasi terbesar kedua di dunia (Katadata, 2021). Berdasarkan hal tersebut, menjadikan Bekasi menjadi wilayah dengan masyarakat yang terdiri atas berbagai suku, budaya, ras, golongan, dan profesi yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi program Sroto Banyumasan dalam mempertahankan eksistensinya sebagai program khusus di Radio Elgangga 100.3 FM..

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana strategi program Sroto Banyumasan dalam mempertahankan eksistensinya untuk mengangkat kembali nilai-nilai budaya di Indonesia dalam program khusus di Radio Elgangga 100.3 FM?”

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusah masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi program Sroto Banyumasan dalam mempertahankan eksistensinya untuk mengangkat kembali nilai-nilai budaya di Indonesia dalam program khusus di Radio Elgangga 100.3 FM.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, informasi, pemikiran serta menjadi referensi kajian mengenai analisis strategi program radio yang dimiliki oleh setiap perusahaan radio agar dapat bersaing dalam menjaga eksistensinya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan acuan dan pertimbangan untuk peneliti berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan analisis strategi program radio dalam menjaga eksistensi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis dan menjadi masukan serta menambah wawasan untuk peneliti yang serupa khususnya mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi dan mahasiswa/i lainnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan pembahasan yang berkaitan dengan strategi program radio dalam menjaga eksistensi sebagai program khusus
2. Menambah wawasan atau pengetahuan bagi masyarakat umum untuk dapat mengetahui strategi program radio dalam menjaga eksistensi sebagai program khusus
3. Memberikan manfaat untuk manajemen produksi radio untuk terus dapat menciptakan kreatifitas yang lebih luas.