

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa merujuk pada bentuk komunikasi yang disampaikan kepada audiens yang memiliki ragam latar belakang dan bersifat anonim melalui media cetak maupun elektronik, sehingga pesan yang identik dapat diterima secara bersamaan dan instan. Saat ini, peran signifikan media massa terlihat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat untuk mendapatkan informasi. Setiap orang membutuhkan jenis informasi yang berbeda-beda dalam segala bentuk dan berusaha mendapatkannya kapan saja dan dimana saja. Pada hakikatnya, Manusia sangat mengandalkan informasi yang mudah diakses, terkini, dan dapat dipercaya, sehingga berpengaruh pada kehidupan manusia (A. G. Putri, 2021). Sehingga terhubung erat dengan media massa, di antara berbagai media massa yang telah berkembang saat ini adalah radio. Radio sangat terkenal dan memiliki pengaruh yang sangat signifikan pada masa keemasannya.

Masa keemasan industri radio di Indonesia yaitu pada era tahun 1980-1990. Radio menjadi media yang efektif dan efisien, memiliki jangkauan khalayak yang luas sehingga mampu membantu penyampaian informasi secara cepat. Di tahun tersebut, selain menjadi alat menyampaikan informasi nomor satu, radio juga menjadi bentuk hiburan terbesar bagi masyarakat Indonesia. Saat itu, drama radio dan *off-air* menjadi program yang paling ditunggu-tunggu oleh pendengar. Konser musik, *band-band* papan atas dan penggemar berkumpul di studio radio, menarik dan memikat orang-orang pada saat itu. Tetapi seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai menggeser perhatiannya ke siaran visual melalui televisi. Sehingga membuat popularitas radio semakin menurun ditambah dengan hadirnya internet, semakin membuat radio tertinggal jauh (A. G. Putri, 2021). Pada zaman digital ini, radio berita mengalami penurunan popularitas karena banyak orang cenderung lebih memilih media *online* dan televisi sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi.

Munculnya teknologi digital di Indonesia dimulai dari tahun 1990 hingga tahun 2000 awal dengan munculnya Internet, telepon seluler digital, data seluler, laptop, dan notebook. Masa digital adalah situasi di mana semua aspek kehidupan didukung oleh teknologi, memberikan kemudahan dan bantuan dalam segala hal (Mukti, 2023). Dengan munculnya Internet, banyak transmisi media bermunculan melalui televisi, radio, dan media cetak yang menggunakan teknologi, seperti TV Internet, telepon Internet, telepon video, televisi siaran digital, dan digital video recording. Sebanyak 62,10 persen dari total penduduk Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2021, seperti dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik. Tingkat penggunaan internet yang signifikan ini mencerminkan keterbukaan masyarakat terhadap informasi serta penerimaan terhadap perkembangan teknologi, yang menciptakan arah menuju masyarakat informasi. Dalam mengamati pertumbuhan yang cepat dalam era digital saat ini, Masyarakat bisa dengan mudah dan cepat mengakses beragam informasi (Amelia, 2020). Kebutuhan yang tinggi terhadap informasi mendorong individu untuk menjadi lebih pilih-pilih dalam memilih media yang mereka gunakan untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Tentu saja, hal ini terkait erat dengan peran media massa, baik itu media cetak maupun elektronik. Namun, radio tetap eksis dan diminati oleh sebagian masyarakat sebagai media yang populer, terbukti dengan masih banyaknya jumlah radio yang mengudara memberikan berbagai informasi dan hiburan.

Berdasarkan data rekapitulasi Kominfo pada tahun 2019, terdapat total 2.025 stasiun radio yang telah memperoleh izin penyiaran. Rinciannya melibatkan 1.680 Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), 215 Lembaga Penyiaran Komunitas, dan 130 Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). Pada tahun 2023 ini industri radio mengalami penurunan yang cukup drastis menjadi 13.2% menurut datareportal.com, penurunan tersebut terjadi akibat semakin pesatnya teknologi di era digital dan munculnya media-media baru dan media internet seperti, Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok dan Twiter (Sedjati, 2019). Media tersebut saat ini yang sangat banyak digunakan oleh semua orang diseluruh dunia, secara tidak langsung membuat industri radio akhirnya semakin tertinggal.



Gambar 2.1 Aktivitas Media Online

Sumber: datareportal.com (2023)

Oleh karena itu, media radio telah mengalami perubahan yang luar biasa. Karena radio bersifat auditif, yang hanya mampu didengar, (Sinabariba, 2023). Sekarang orang lebih tertarik pada aspek visualisasi tambahan dengan mendengar dan melihat dalam bentuk informasi yang beraneka ragam, mulai dari suara, gambar, tulisan, dan audio visual yang hadir dalam kemasan yang lebih menarik. Di tengah perkembangan pesat media digital, radio harus mampu mempertahankan pendengarnya. Oleh sebab itu, stasiun radio perlu memiliki strategi dan rencana yang efektif untuk menjaga minat pendengarnya agar tetap setia. Salah satu stasiun radio yang masih bertahan hingga saat ini adalah Radio Baladeka.

Stasiun radio swasta bernama Radio Baladeka berlokasi di Cikarang, Kabupaten Bekasi, dan memiliki frekuensi 106.3 FM. Pendirinya adalah Alm. H. Eka Supria Atmaja, S.H, yang juga menjabat sebagai Bupati Bekasi selama periode 2019-2022. Baladeka Radio merupakan salah satu radio di Bekasi yang masih eksis hingga saat ini. Berawal dari komunitas kecil bernama Ngedoblang, kemudian diresmikan menjadi radio swasta dibawah naungan PT Radio Gema Proklamasi Rengasdengklok, akhirnya stasiun ini berubah nama menjadi Baladeka dan diresmikan menjadi stasiun radio swasta pada tahun 2021 dengan gelombang 106.3 FM yang beralamatkan di Jalan Jend. Urip Sumoharjo, Jl. Raya Lemahabang,

Waluya, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat (*Profil Baladeka*, 2022).

Disaat Radio Baladeka sudah mulai di kenal masyarakat, pada tahun 2022 akhir Radio tersebut tersandung masalah yaitu terkait dengan perizinan diduga operasionalnya berada di zona wilayah Kabupaten Kerawang sedangkan operasionalnya berada di daerah Bekasi, dan tidak mengantongi izin dari KPID maupun Balmon, serta Kementerian Kominfo RI. Sehingga Baladeka Radio tidak di izinkan untuk beroperasi dalam beberapa kurun waktu sampai permasalahannya telah selesai. Dan ini pastinya sangat merugikan terutama Radio Baladeka itu sendiri yang dimana mereka baru dikenal oleh masyarakat khususnya di daerah Bekasi harus menurun/bahkan kehilangan para pendengar (*audience*) setia mereka. Dalam era digitalisasi saat ini, perkembangan radio di wilayah Bekasi menghadapi persaingan yang sangat ketat. Persaingan semakin memanas dengan kehadiran aplikasi *music streaming* seperti *Spotify*, *Youtube*, *Joox*, *Resto*, dan lain sebagainya.

Aplikasi *music streaming* semakin populer saat ini, dan Radio Baladeka berupaya menghadirkan radio yang tidak hanya sekedar hiburan dan musik tetapi juga memberikan informasi penting kepada pendengarnya. Radio Baladeka dapat menjadi pilihan utama masyarakat dalam hal informasi dan hiburan. Kemampuan *live streaming* melalui *website*, *Noice* dan aplikasi milik sendiri diharapkan dapat membuat Radio Baladeka dapat menjaga loyalitas pendengarnya. Dengan hadirnya layanan radio *streaming*, para penggemar radio dapat dengan mudah mendengarkan siaran radio favorit mereka di berbagai lokasi (Dhamayanti, 2020). Tentu penikmat radio tidak akan tertinggal oleh zaman. Karena radio *streaming* sudah dilakukan oleh hampir semua radio saat ini.

Untuk radio yang sudah beralih ke radio *streaming* di wilayah Bekasi, diantaranya ada Erlangga FM, Attaqwa FM, LG Radio, Radio Mekarindah, Duta Fm Cikarang, RH 56 Radio, dan lain-lain. Tetapi, yang hanya memiliki aplikasi sendiri itu hanya Baladeka Radio saja untuk saat ini. Dengan menggabungkan teknologi internet dan media penyiaran, langkah ini akan mendukung Radio Baladeka dalam memperluas cakupan geografisnya dan menarik pemirsa baru

melalui penambahan fitur-fitur layanan inovatif. Dengan bertransisi ke model *multiplatform*, diharapkan Radio Baladeka dapat tetap menjadi pilihan utama masyarakat sebagai media yang diminati. Walaupun menghadapi tantangan yang cukup berat, terutama karena radio beroperasi di tengah-tengah antusiasme terhadap internet, penerimaan teknologi internet oleh pengguna di seluruh dunia lebih lancar. Keduanya bekerjasama sebagai satu sistem yang diakses melalui satu *platform* komputer, menjadikannya lebih mudah diterima oleh audiens (Arif & Zuhri, 2022).

Namun, seiring berjalannya waktu, radio yang sebelumnya sangat digemari oleh pendengarnya perlahan mulai ditinggalkan karena beberapa faktor. Salah satunya yaitu pesatnya pertumbuhan internet sangat mengancam keberadaan radio dalam menyampaikan pesan, informasi, dan hiburan. Hal ini menjadikan internet sebagai pesaing utama radio, selain dari persaingan antar stasiun radio itu sendiri. Pengelola radio harus terus meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan kualitas siaran agar tetap menarik minat pendengar, serta selalu menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan zaman dan pendengar. Selain itu, radio juga harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, terutama internet. Jika tidak, radio akan benar-benar tertinggal oleh zaman dan kehilangan pendengarnya. Manajemen radio harus terus diperbaiki demi keberlangsungan siaran dan memiliki strategi untuk menghadapi persaingan dengan media sosial lainnya. Dalam manajemen radio, diperlukan persiapan bahan yang akan disajikan kepada pendengar, termasuk informasi, musik, dan berita yang disiarkan setiap hari. Dalam mengelola sebuah stasiun radio, penerapan fungsi manajemen siaran yang sistematis akan mempengaruhi keseluruhan pola pengelolaan radio (Massie, 2013).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang penulis rumsukan dalam penelitian ini adalah : bagaimana strategi radio Baladeka dalam mempertahankan pendengar di era digital?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi radio Baladeka dalam mempertahankan pendengar di era digital.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan pengetahuan dalam bidang yang terkait dengan judul penelitian. Manfaat tersebut terbagi menjadi dua aspek, yakni manfaat akademis dan manfaat praktis, dengan harapan umum dapat memberikan dampak positif pada pengembangan Ilmu Komunikasi.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat meluaskan pemahaman dan pengetahuan dalam ranah Ilmu Komunikasi serta menjadi sumber referensi bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di UNISMA

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai referensi bagi peneliti berikutnya dalam bidang penelitian yang serupa, serta dapat menjadi landasan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda, terutama dalam konteks Ilmu Komunikasi