

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Radio adalah komunikasi massa satu arah yang mempunyai misi menyampaikan pesan berupa berita, informasi dan hiburan kepada khalayak yang sangat luas. Sebagai salah satu Benstuk komunikasi massa yang masih kita dengar dan nikmati hingga saat ini, radio telah jauh berkembang sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini. Radio masih bisa dinikmati sampai sekarang berkat keberhasilan tiga ilmuwan, termasuk ahli teori ilmu alam James Maxwell, yang berhasil menemukan formula yang konon bisa menghasilkan gelombang elektromagnetik, yaitu gelombang yang digunakan dalam radio dan televisi pada tahun 1865. Rumus penelitiannya adalah bahwa gerakan magnetik dapat menciptakan gelombang yang mendekati kecepatan cahaya (186.000 mil per detik). Kemudian, pada tahun 1884 Heinrich Hertz membuktikan teori Maxwell. Namun, baru digunakan untuk tujuan praktis oleh Guglemo Marconi, saat itu Marconi dapat mengirimkan sebuah tanda tanpa bantuan kawat untuk dapat melintasi samudra Atlantik (RG, 2018).

Pada awalnya, perkembangan radio sebagai alat komunikasi massa terjadi di Amerika Serikat (AS) dengan pengembangan penemuan Marconi oleh Dr. Lee De Forest pada tahun 1906, karena itu pula ia dijuluki "*The Father of Radio*". Sejak itu, radio terus berkembang pesat di sejumlah negara seperti Inggris Raya, Prancis, Uni Soviet, Jepang, dan China. Setelah itu, stasiun juga mulai memasuki tahap sempurna dimana Prof. E. H Amstrong dari Universitas Columbia pada tahun 1933 memperkenalkan sistemn Frequency Modulation atau biasa yang kita kenal dengan singkatan FM (RG, 2018).

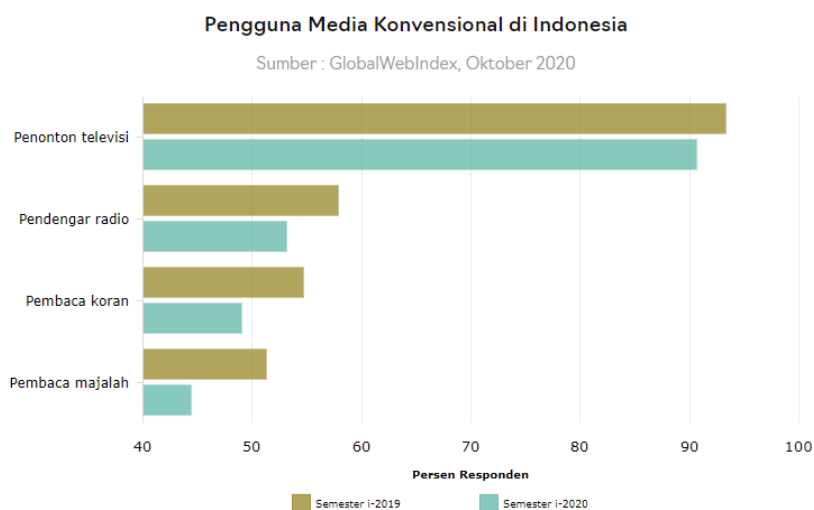
Meskipun radio berkembang pesat, media ini memiliki beberapa kelemahan: tidak terlihat dan oleh karena itu dapat disebut sekilas sebagai alat komunikasi, atau sekali terdengar tidak dapat diulang. Selain itu, tidak semuanya dapat dikomunikasikan oleh radio karena merupakan jalan satu arah, sehingga tidak mungkin untuk menentukan siapa penerima informasi dan pesan apa yang dikirimkan. Terlepas dari keterbatasannya, radio telah berkembang menjadi Benstuk komunikasi massa yang sangat andal yang menyampaikan pesan dengan sangat efektif dan masih digunakan oleh banyak orang. Seiring berjalannya waktu, jumlah pendengar radio terus bertambah dan melampaui zaman, terutama di dunia digital.

Di Indonesia, 11 September diperingati sebagai Hari Radio Nasional karena pada hari ini Radio Republik Indonesia (RRI) didirikan 76 tahun yang lalu, memberikan peran penting radio dalam sejarah perjuangan kemerdekaan. Sejarah radio di Indonesia awalnya dimulai dengan berdirinya *Bataviaasche Radio Vereeniging* (BRV) atau Batavia Radio Society pada 16 Juni 1925. Kemunculannya di Hindia Belanda hanya terjadi secara bertahap, enam tahun setelah siaran musik pertama di dunia. Bisa juga dikatakan bahwa radio pertama kali ada di Indonesia 29 tahun setelah penemuan radio oleh perintis teknologi Guglielmo Marconi pada tahun 1896.

Radio telah hadir di Indonesia sejak dulu dan terus berkembang. Beberapa radio telah muncul sebagai media massa di Indonesia dengan berbagai program yang memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat luas. Salah satunya adalah Radio Bens 106.2 FM yang menjadi pokok bahasan penelitian ini. Radio Bens merupakan radio dengan etnis Betawi yang sangat menonjol yang membedakannya dengan radio lainnya. Menurut laporan situs Bensradio.com Bens Radio didirikan pada 5 Maret 1990 oleh Bensyamin Suaeb yang memiliki kecintaan terhadap "udara". Seperti yang sudah dijelaskan di atas, radio Bens memiliki ciri khas Betawi yang sangat melekat, tidak hanya di radio, tapi di siaran atau acara apa pun. Hingga saat ini logat Betawi dan bahasa Betawi masih digunakan saat berkomunikasi dengan pendengarnya.

Gambar 1 Survei Pendengar Radio di Indonesia

Media Konvensional di Indonesia Menuju Senjakala



Sumber: katadata.co.id

Sayangnya, seiring berjalannya waktu dan modernisasi, budaya Betawi sedikit demi sedikit tergeser oleh budaya asing dan tren yang sedang berkembang. Gaya hidup individu atau kelompok yang berkembang melalui perkembangan televisi dan internet memudahkan masuknya budaya asing ke Indonesia, meskipun masih memiliki pendukung tersendiri dibandingkan dengan surat kabar dan radio, yang dipaparkan dalam kajian “Traditional ". Pengguna media di Indonesia” dalam laporan GlobalWebIndex Oktober 2020 menunjukkan bahwa pendengar radio akan mengalami penurunan pada tahun 2020 dimana 53,1% pendengar radio menjadi 25.000 responden. Radio yang memberikan informasi dan hiburan bagi pendengarnya. Karena cukup

banyak stasiun radio lain yang memberikan informasi dan hiburan kepada pendengarnya sesuai dengan tren dan gaya budaya saat ini, banyak orang juga menyukai radio yang mengikuti tren saat ini.

Namun persepsi masyarakat budaya Betawi tentang keberadaannya sebagai bagian dari negara Indonesia sangat luas dan sangat tinggi, serta munculnya organisasi atau komunitas yang disebut media budaya Betawi dan Betawi menunjukkan bahwa masyarakat Betawi ingin mewujudkan keberadaannya sebagai masyarakat terhubung dengan dunia digital ini. Agar hal ini terjadi dalam peran media digital atau elektronik yaitu peran media seperti radio sangat membutuhkan dukungan pihak lain selain Betawi itu sendiri. Dengan kata lain, sebagai salah satu perwakilan masyarakat Betawi, radio Bens menjadi wahana untuk membantu budaya Betawi bertahan dan menegaskan diri di zaman modern.

Tabel 1 Urutan Radio dengan Pendengar Terbanyak Se-Jabodetabek

No	Nama Radio
1	Bens Radio
2	Gen FM
3	Elshinta
4	I-Radio
5	Prambors

Sumber: internal Bens Radio

Tentunya dalam mempertahankan pendengar Bens Radio yang masih memegang erat budaya betawi sebagai ciri khasnya tidaklah mudah terlebih di zaman sekarang yang era digitalnya sangat modern dan mengikuti tren zaman sekarang, dari data Ac Nielsen pada tahun 2021 Bens Radio menjadi urutan ke-2 sebagai radio yang memiliki pendengar terbanyak di Jabodetabek, menurut informasi tambahan yang diterima

peneliti dari internal Bens Radio bahwa pada bulan maret 2022 pendengar Bens Radio mencapai kurang lebih 2.800.000. Karna hal tersebut maka diperlukan strategi komunikasi yang baik kepada para pendengar agar selalu mendengarkan dan menjadikan Bens Radio sebagai radio pilihan mereka. Persainganpun juga semakin ketat karena di era digital ini banyak radio-radio lain yang dalam gaya penyiarannya dan musiknya yang mengikuti tren terkini sehingga banyak khususnya pada kaum-kaum anak muda yang lebih menyukainya. Sebagai salah satu media massa yang diminati oleh masyarakat radio harus dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga eksistensinya dapat terus bertahan. Radio harus memberikan konten baru di era digital pada masa kini agar tak ketinggalan untuk bertahan di jaman new media. Karna perkembangan media baru dengan berbagai macam digital konten yang menarik membuat persaingan semakin ketat , salah satunya digital konten yang sangat disukai yaitu podcast (Gogali & Tsabit, 2021). Maka dari itu disini penulis ingin melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Bens Radio dalam mempertahankan pendengarnya di era digital yang semakin modern dan tren yang makin terkini dan selalu berubah-ubah, namun tetap memegang ciri khasnya sebagai radio betawi satu-satunya.

Melalui strategi komunikasi yang digunakan radio dalam mempertahankan pendengarnya sekaligus menambah pendengarnya membuat radio sebagai salah satu media massa tetap disukai oleh masyarakat Indonesia, seperti yang ditulis oleh (Dhamayanti, 2020), radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Karakteristik radio yang akrab membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Meskipun dengan perkembangan zaman yang semakin melesat dan munculnya media massa lain dan media baru, namun radio masih memiliki tempat dihati pendengarnya. Sifat radio yang auditif membuat pendengarnya mampu mengerjakan kegiatan lain sekaligus. Dari hasil penelitiannya juga menyampaikan bahwa radio masih digemari sejumlah generasi termasuk generasi milenial.. Hal ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh sebuah tim dari *Obafemi Awolowo University*,

Adeolu, Julius, Titus, Baco, Akponikpe, Sossa, dan Djenontin (Ayanwale dkk., t.t.), harus diakui bahwa radio adalah sarana yang paling hemat biaya untuk membangun sebuah kesadaran, dan mendukung sebuah praktik atau gerakan. Mengingat kenyataan bahwa radio adalah media massa paling populer, terutama untuk populasi miskin sumber daya di Nigeria, proyek yang mereka kerjakan menggunakan media radio berlabel “Ramo Elefo” untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai proyek mereka.

Meskipun dari penelitian (Dhamayanti, 2020), yang mengatakan bahwa radio masih diminati oleh pendengarnya di era digital ini ada beberapa hal yang tetap harus diperhatikan, seperti yang disampaikan oleh Eni Maryani, Atwar Bajari, dan Ilham Gemiharto (Maryani dkk., 2021), dalam menghadapi era digital ini radio memerlukan dasar pada asumsi bahwa keberadaan sebuah media selain harus menghadapi tantangan teknologi digital, tidak hanya mengubah pola konsumsi dan komunikasi media terhadap publik saja tetapi juga harus merespon perubahan nilai-nilai dalam masyarakat itu sendiri, yaitu masyarakat yang berada di era digital ini. Dari penelitian ini menghasilkan sebuah penelitian bahwa terdapat peluang di sebuah radio untuk mengembangkan jurnalisme warga berbasis media digital dan untuk mendapatkan audiens yang lebih luas, namun tetap juga harus memperhatikan tantangan di era digital yang diantaranya adalah munculnya nilai-nilai baru terkait popularitas dan karakter narasistik masyarakat.

Tentunya strategi komunikasi menjadi salah satu kunci sebuah radio untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada para pendengarnya, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Frayuda (Rozaq, 2017) dalam penelitiannya melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh Solo Radio ini tentang mengetahui tujuan strategi komunikasi dengan menerapkan program-program sebelumnya dan mencoba untuk mengetahui keadaan dan kebiasaan masyarakat Kota Solo khususnya para remaja yang sangat aktif dalam mencari informasi. Sudah sepantasnya jika menampilkan acara dengan topik yang memberikan informasi dan hiburan terkini

kepada masyarakat, kemudian menyusun pesan media, selalu berusaha menampilkan pesan atau topik yang sedang ramai dibicarakan sehingga pesan tersebut memiliki kemampuan untuk membangkitkan perhatian pendengar dan menentukan metode terbaik dalam mempersiapkan topik, menyiapkan materi terbaik dan mempersiapkan keterampilan dalam melakukan siaran.

Radio sebagai alat komunikasi yang menggantungkan kekuatan komunikasinya agar dapat terus bertahan dan memberikan informasi sekaligus hiburan kepada pendengarnya harus memiliki strategi komunikasi yang kuat, seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa strategi komunikasi menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk radio itu sendiri, karena apabila strategi komunikasinya tidak berjalan dengan baik akan tergeser dengan media konvensional di era media baru ini, seperti yang dijelaskan oleh Tika Yulianti dalam jurnalnya (Yulianti, 2020) yang menjelaskan bahwa kehadiran media baru (*new media*) berbasis *computer mediated communication* (CMC) yang bergantung pada konektivitas internet tidak dapat disangkal telah mengubah tatanan sosial di masyarakat. Dengan demikian, keberadaan media konvensional menjadi isu dalam konteks media baru yang muncul dalam tatanan sosial kita. Menurut riset Nielsen pada 2018, konsumen Indonesia kini menghabiskan rata-rata 5 jam sehari untuk melihat konten, baik melalui media konvensional maupun internet. Hal ini sangat sejalan apabila strategi komunikasi radio tidak berjalan dengan baik dan tidak diperkuat sehingga akan tergeser dengan media baru yang menggunakan internet sebagai sumber memberikan informasi dan hiburan.

Namun, selain strategi komunikasi didalam penyiaran, ada radio yang menggunakan strategi lain yang digunakan untuk menjalankan radionya. Strategi ini digunakan oleh para praktisi public relations dalam mewujudkan tujuannya seperti pendekatan kemasyarakatan, persuasive, dan edukatif, tanggung jawab sosial, kerjasama, serta pendekatan kordinatif dan integrative. Public relations juga menggunakan media sosial dengan dua pendekatan yaitu pendekatan interaksi sosial dan sosial integrasi. Penggunaan strategi ini dijelaskan dalam jurnal yang dibuat oleh Djodi Hendrarto da

Poppy Rulina Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi (Hendrarto & Ruliana, 2019).

Dari sini kita akan menyadari bahwa strategi komunikasi yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi radionya, meskipun kini radio juga ikut semakin maju tapi semakin banyak juga media lain yang ikut maju dan berkembang. Di Indonesia sendiri sistem penyiarannya telah berkembang termasuk dari Lembaga penyiaran swasta,, komunitas, termasuk publik, yang salah satunya adalah Bens Radio itu sendiri.karena di era digital atau era kebangkitan internet dan revolusi digital mengakibatkan berbagai perubahan yang signifikan dalam industry penyiaran radio. Misalnya seperti perubahan inovasi teknologi penyiaran, regulasi penyiaran, globalisasi, keinginan pendengar, dan lain-lain. Ditengah ketatnya persaingan dengan televisi dan media baru lainnya radio masih berkembang dan mendorong diri untuk eksis. Dalam hal inilah, industry radio sebagai media yang sudah lama ada memiliki pekerjaan rumah bagi manajemen dan orang-orang didalamnya untuk mempersiapkan perubahan tersebut (Astuti & Harliantara, 2021)

Era digital juga membuat peran radio semakin tersingkirkan sehingga mengharuskan radio untuk memberlakukan atau membuat strategi komunikasi yang lebih matang lagi dan juga menyediakan konten digital agar dapat mempertahankan kehadiran radio di masyarakat menjadi lebih kuat. Persaingan dalam strategi komunikasi dan konten digital antar radio juga semakin kuat, hal ini dilakukan agar masing-masing radio dapat terus bertahan di terpaan era digital, hal tersebut diketahui melalui penilitan yang dilakukan oleh Sandra K. Evans (Evans, 2015).

Bahkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Richard Berry dari University of Sunderland (Berry, 2013) mengatakan bahwa radio harus memiliki gambar/visual, yang diciptakan oleh pendengarnya itu sendiri, karena ini menjadi kekuatan terbesar yang dimiliki radio, namun sayangnya kini radio juga berada di perangkat digital dan Ketika pendengar menggunakan perangkat digital untuk mendengarkan radio maka menimbulkan masalah bagi radio itu apabila kekurangan konten digital dilayar

tersebut, disinilah yang dinamakan proses visualisasi radio yang akan mengisi konten digital tersebut, dan ini menjadi cara lain dimana radio memvisualkan dirinya dan berkomunikasi dengan pendengarnya.

Apabila strategi komunikasi dalam sebuah radio sudah kuat dan berhasil mempertahankan pendengarnya radio ini dapat terus berkembang dalam era digital saat ini, karena tidak dapat dipungkiri penggunaan media digital untuk saat ini sangat perlu dilakukan agar radio sekarang juga dapat terus berkembang dan mengikuti digital saat ini, yang kemudian yang tadinya radio hanya dapat didengar melalui sebuah platform konvensional dapat mengikuti juga di platform digital yang dapat deprogram memBenstuk interaksi kepada pendengarnya, pernyataan ini berhubungan dengan jurnal yang ditulis oleh Nelia Del Bianco dari Universidade Federal de Goiás (Bianco, 2020).

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan Bens Radio dalam mempertahankan pendengar nya di era digital yang semakin maju dan modern ini tetapi tetap dengan mempertahankan ciri khasnya memegang erat budaya betawi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran diatas, maka disimpulkan bahwa pertanyaan peneltian yang akan dibahas adalah:

Bagaimana startegi komunikasi Bens Radio dalam mempertahankan pendengar dengan tetap pada ciri khas budaya betawi di era digital ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan maka dapat disimpulkan tujuan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui apa yang menjadi strategi komunikasi Bens Radio dalam mempertahankan pendengernya di era digital dengan tetap pada ciri khas budaya Betawinya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis:

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan akademis bagi pengembangan ilmu komunikasi umumnya, dan bagi pengembangan bidang radio khususnya

b. Manfaat Praktis:

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah mampu menjadi gambaran jelas bagi penikmat radio pada umumnya dan bagi radio khususnya mengenai strategi komunikasi yang baik dalam berkomunikasi dengan pendengar radio.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dapat dijabarkan menjadi beberapa bagian, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan penjabaran mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan mengenai penelitian-penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian serta kerangka berfikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode pengumpulan data, penentuan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian dari hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti, pada bab ini hasil penelitian dan pembahasan dijabarkan dan dikaitkan dengan konsep serta teori yang digunakan oleh peneliti agar dapat menjawab pertanyaan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan yang dibuat peneliti dari hasil dan pembahasan yang telah dibuat, lalu peneliti menuliskan saran bagi objek yang diteliti dan bagi penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisikan tentang sumber-sumber yang dipilih penulis sebagai referensi penulisan berdasarkan buku, jurnal terakreditasi, jurnal internasional, website dan lain sebagainya.