

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap lembaga, perusahaan atau organisasi pasti membutuhkan suatu strategi atau cara sendiri untuk memenuhi tujuan yang ingin dicapai. Misalnya pada Lembaga Penyiaran Publik Lokal (Radio LPPL). Dari awal kemunculannya pertama kali yakni pada pertengahan 1930-an, *Edwin Howard Armstrong* berhasil menemukan Radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM).¹ Radio sudah menjadi media massa yang sangat populer dan memiliki kekuatan yang sangat kokoh. Sehingga bisa disebut mampu menyaingi kekuatan media cetak koran pada masanya. Radio adalah salah satu media massa yang cukup tren dan diminati oleh masyarakat banyak pada masa kejayaannya. Dikarenakan Radio merupakan salah satu media massa yang efektif dan menghibur. Sehingga dapat didengar kapanpun dan dimana saja. Selain pengoperasiannya yang sangat mudah dan simpel, Radio juga tidak begitu membutuhkan waktu yang lama untuk dioperasikan. Selain pelaksanaan yang sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama, Radio juga mampu menyampaikan informasi sekaligus hiburan kepada masyarakat luas.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa (*mass communication*), seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah. Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif

¹Morissan, M.A., *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi, Edisi Revisi*, (Kencana,2008).h.5

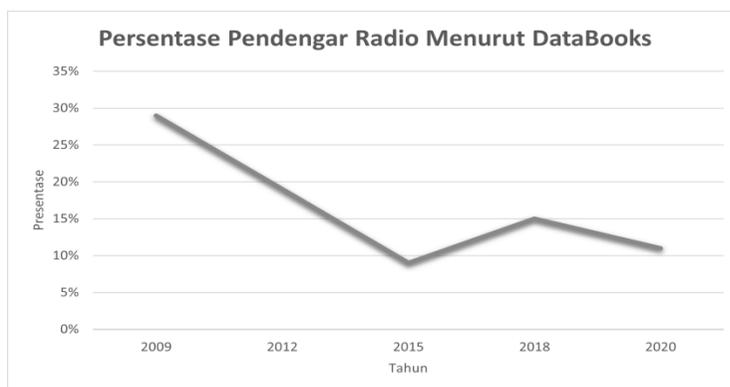
(lembaga peradilan, dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, seperti memiliki daya tarik tersendiri, seperti kekuatan suara, musik dan efek suara.²

Tetapi, seiring berputarnya waktu dan cepatnya perkembangan teknologi media yang semakin canggih, dan banyak sekali media-media baru yang lebih efektif, ditambah dengan kondisi masyarakat yang semakin haus akan pengetahuan dan informasi, memicu timbulnya kebutuhan terhadap media yang lebih mudah dan efektif, seperti media massa televisi misalnya, yang menyajikan banyak informasi-informasi yang lebih menarik yang dilengkapi oleh kekuatan visual, sehingga bisa melihat serta mendengarkan sekaligus serta cakupannya yang sangat luas, tidak heran banyak masyarakat yang meminatinya. Selain itu media internet seperti, Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok dan Twitter juga salah satu media yang sangat banyak digunakan oleh semua orang diseluruh dunia. Seiring perkembangan zaman dan kecanggihan teknologi media internet bisa diakses dimanapun dan kapanpun kita inginkan. Bisa melalui Telepon seluler, laptop, tablet, dan alat elektronik lainnya. Sehingga khalayak atau masyarakat luas lebih tertarik dan banyak menggunakan media internet tersebut dalam dalam hal penyampaian informasi mengenai banyak hal atau hanya sekedar mendengarkan musik dan menonton video. Media internet ini sangat mudah diakses dan jangkauannya pun sangatlah luas, dilengkapi dengan fitur-fitur yang lebih modern dan mampu memanjakan penggunaannya. Selain media Televisi dan media internet juga masih

²M.Romli Asep Syamsul, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. (Bandung: Nuansa Cendekis. 2017). h.13-14

banyak lagi media-media yang mampu bersaing dengan media Radio pada zaman teknologi saat ini.

Gambar 1.1 Presentase pendengar radio menurut databoks.³



Menurut website databoks yang melakukan survey terhadap minat pendengar radio dari tahun ketahun, menunjukkan bagaimana penurunan minat mendengarkan radio dari tahun ke tahun yang cukup signifikan. Mulai dari tahun 2009 sebanyak 30%, tahun 2012 hampir turun setengahnya yakni 15%, 2015 sebanyak 10%, pada 2018 mengalami kenaikan sebesar 5% dan pada 2020 mengalami penurunan lagi dengan presentase sebanyak 11%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan perkembangan jaman, minat mendengarkan radio terus menurun, padahal radio sendiri mempunyai kelebihan yang tidak dipunyai media lainnya.

Media di Indonesia saat ini berkembang dengan begitu cepat dan signifikan. Kehausan masyarakat akan informasi sangat meningkat setiap detik. Media Radio yang hanya mampu memberikan informasi melalui suara sedangkan dengan kemajuan teknologi yang

³ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio>

sangat luas ini, ditambah fitur-fitur yang mampu memanjakan penggunaannya dan tentunya lebih modern dan efektif untuk digunakan tentunya itu sangat mempengaruhi mempengaruhi media massa pada saat ini.

Padahal Radio memiliki sejumlah karakteristik yang sangat khas yang tidak dimiliki oleh media lain. Karakter Radio ada yang positif (kelebihan), ada pula yang negatif (kelemahan). Karena memiliki karakter tersendiri inilah radio mampu bertahan hingga kini.⁴ Radio juga memiliki fungsi mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Penyampaian pesan dilakukan dalam model apapun. Seperti model satu arah dan dua arah.

Oleh sebab itu, media Radio mengalami pergeseran yang sangat signifikan. Setidaknya khalayak atau masyarakat luas yang mendengarkan Radio, mencari informasi dan hiburan melalui radio. Karena dengan sifat auditif, yang hanya mampu didengar, sekarang orang lebih tertarik dengan tambahan-tambahan segi visualisasi dengan melihat dan mendengar. Bentuk informasi yang beragam, mulai dari berupa tulisan, gambar, suara, dan audio visual hadir dalam kemasan yang lebih menarik. Dengan perkembangan teknologi dan media saat ini, apakah Radio tetap mampu bertahan dan bersaing mempertahankan viewers, audiens atau pendengar setianya dengan media-media lainnya?

Radio harus tetap mempertahankan pendengarnya di era media digital yang semakin berkembang pesat ini. Oleh karena itu suatu lembaga Radio harus memiliki strategi dan perencanaan yang baik

⁴Morissan, M.A., *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi, Edisi Revisi, Ibid.*

untuk mempertahankan minat pendengar agar pendengar selalu setia mendengarkan informasi dan hiburan lainnya, bahkan iklan di Radio, agar Radio tetap eksis di zaman perkembangan media yang semakin pesat ini. Setiap daerah dalam menata dan mengatur serta menyebarkan informasi kepada masyarakat secara secepat dan menyeluruh. Oleh karena itu Berawal dari sebuah obsesi untuk menghidupkan kembali Radio Siaran Pemerintah Daerah Kabupaten Pandeglang yang sudah tidak berfungsi beberapa tahun silam karena dimakan usia, maka Kantor Informasi dan Data Elektronik yang disetujui Bupati dan DPRD menggagas kembali keberadaan radio sebagai media percepatan dan pemerataan informasi dari berbagai bidang pembangunan.

Hal ini sebagai alasan mengapa peneliti memilih Radio LPPL 97,3 Berkah FM sebagai objek penelitian. Radio LPPL 97,3 Berkah FM merupakan Radio milik Pemerintah Kabupaten Pandeglang dibawah naungan Dinas Komunikasi, Sandi dan Statistik Kabupaten Pandeglang yang mempunyai tagline The Nice Music and News Station yang mempunyai konsep selalu menemani pendengar dengan musik-musik kekinian dalam maupun luar negeri, serta Program-program Radio yang menyajikan berita lokal seputar Kabupaten Pandeglang, Nasional dan Internasional untuk para pendengar. Juga bagaimana Radio LPPL 97,3 Berkah FM ini menarik minat pendengar. Dibalik perkembangan dan banyaknya media massa lain yang begitu canggih dan lebih menarik dalam dunia media massa saat ini.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian strategi komunikasi promosi yang digunakan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM dan Penelitian ini diberi judul “**Strategi**

Komunikasi Pemasaran Radio Untuk Meningkatkan Minat Pendengar (Studi Kasus Pada Radio LPPL 97,3 Berkah FM)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian dan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi kesesuaian yang dilakukan oleh Radia LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar?
2. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan yang dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar yang dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar?
4. Bagaimana strategi penyampaian sumber-sumber program yang dlakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar?
5. Bagaimana strategi daya penarik massa yang dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi kesesuaian yang digunakan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar.
2. Untuk mengetahui strategi pembentukan kebiasaan dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar.
3. Untuk mengetahui strategi pengontrolan arus pendengar dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar.
4. Untuk mengetahui strategi penyampaian sumber-sumber program dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar.
5. Untuk mengetahui strategi daya penarik massa dilakukan oleh Radio LPPL 97,3 Berkah FM untuk meningkatkan minat pendengar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu serta dapat memberikan pengetahuan baru bagi peneliti-peneliti kedepannya bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten khususnya dalam bidang teori komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi akademisi dan para peneliti tentang bagaimana strategi komunikasi promosi untuk meningkatkan minat pendengar pada industri Radio.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti mengadakan tinjauan terhadap penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya untuk menghindari kesamaan dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Cechilia Fatikah (2021), Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta, dengan judul “Strategi Penyiaran PTPN Radio Pada Program Hits Malu-Malu Dalam Mempertahankan Pendengar”. Penelitian ini membahas bagaimana strategi manajemen penyiaran pada program Radio Malu-Malu pada PTPN Radio guna mempertahankan pendengar dengan menggunakan strategi promosi di media sosial untuk mengajak pendengar berinteraksi, contohnya media sosial instagram, twitter, dan facebook, hal tersebut dipercaya dapat membuka peluang, dan meminimalkan kelemahan, serta ancaman akan kehilangan pendengarnya, persamaan penelitian saudara checilia dengan penelitian yang disusun oleh penulis adalah tentang strategi radio. Berdasarkan penelitian tersebut strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang besar dari media sosial mampu memperluas jaringan, dan meningkatkan pengetahuan masyarakat luas akan eksistensi Radio.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasmini (2020), Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Mataram dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Tengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 (Studi Kasus: Radio Suara Kancanta Lombok Timur)”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui strategi komunikasi radio dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dunia digitalisasi. Persamaan penelitian saudara Nurhasmini dengan penelitian yang akan disusun oleh peneliti terletak pada strategi komunikasi radio dalam mempertahankan eksistensinya, sedangkan yang diteliti oleh penyusun yaitu tentang strategi komunikasi promosi untuk meningkatkan minat pendengar. Selain itu persamaan yang terdapat dalam penelitian ini juga terletak pada metode penelitian, yakni metode kualitatif dengan tipe studi kasus.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Irma Sonia Putri (2021). Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru, dengan judul “Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM Dalam Menarik Minat Pendengar”. Adapun penelitian ini membahas tentang strategi penyiaran publik lokal yang dilakukan oleh Radio Swara Kampar dalam menarik minat pendengar. Persamaan penelitian yang ditulis oleh saudara Irma dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama meneliti strategi Radio dalam mempertahankan dan menarik minat pendengar radio.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Mahendra (2021). Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan judul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Dalam Menarik Minat Pendengar”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar dalam menarik minat pendengar. Dalam Penelitian yang ditulis oleh saudara Mahendra ini mempunyai kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yakni pada strategi komunikasi yang bertujuan untuk mempertahankan minat pendengar,

sedangkan perbedaannya terletak pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar, sedangkan yang akan diteliti penulis tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan radio secara keseluruhan.

F. Sistematika Pembahasan

Berdasarkan Pembahasan di atas, sistematika dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Berisi uraian yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat masalah, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, Bab ini berisi uraian pembahasan tentang kerangka teori yang terkait dengan judul penelitian. Yang mencakup strategi komunikasi pemasaran Radio Lembaga Penyiaran Publik Lokal 97.3 Berkah FM dalam mempertahankan minat pendengar.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, Bab ini memuat jenis metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, Teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN, Bab ini berisi tentang gambaran umum secara singkat lokasi penelitian yakni Radio Lembaga Penyiaran Publik Lokal 97.3 Berkah FM, (sejarah singkat, visi dan misi, dan lain-lain), serta berisi hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini akan disajikan secara ringkas dari seluruh hasil analisis penelitian yang berhubungan dengan masalah tersebut.