



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

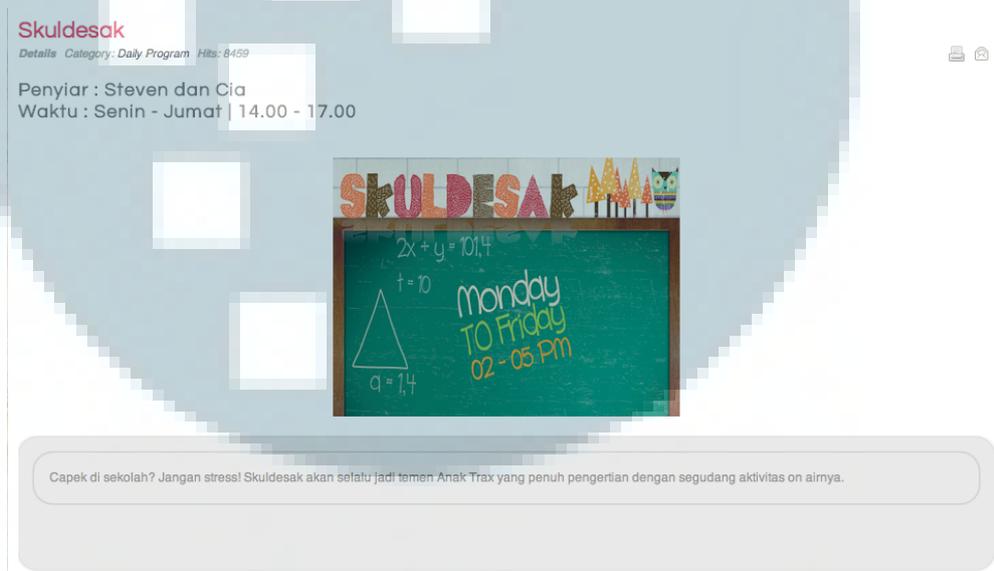
1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat:2008). Namun definisi yang paling sederhana dalam memahami komunikasi massa menurut Rakhmat (2008) adalah, pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

Media massa adalah sebuah instrumen teknologi (Turrow:2008). Contohnya seperti surat kabar, televisi dan radio. Sedangkan menurut Stanley J. Baran dalam buku *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture* (2009), media massa merupakan proses dari menciptakan makna yang sama antara media massa dan audiens mereka.

Salah satu media massa yang masih eksis sampai sekarang adalah radio. Jumlah radio di Indonesia masih cukup banyak. Seperti ditulis oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) dalam websitenya <http://ditpolkom.bappenas.go.id>, jumlah radio swasta yang ada di Indonesia sebanyak 674 stasiun radio. Sedangkan jumlah radio komunitas yang terdata sebanyak 37 stasiun radio.

Pendengar radio yang ada di Indonesia terdiri dari beberapa tingkatan umur, salah satunya adalah remaja. Sejumlah radio ternama di Jakarta, bahkan menerapkan *target audience* mereka dimulai dari remaja. Misalnya seperti radio TraxFM, I-Radio, Mustang 88 FM, Prambors FM, yang menargetkan pendengar mereka dimulai dari usia 15. Stasiun radio Trax FM, bahkan membuat sebuah program acara yang di khususkan untuk remaja yang masih duduk dibangku SMA (Sekolah Menengah Atas), yaitu Skuldesak.

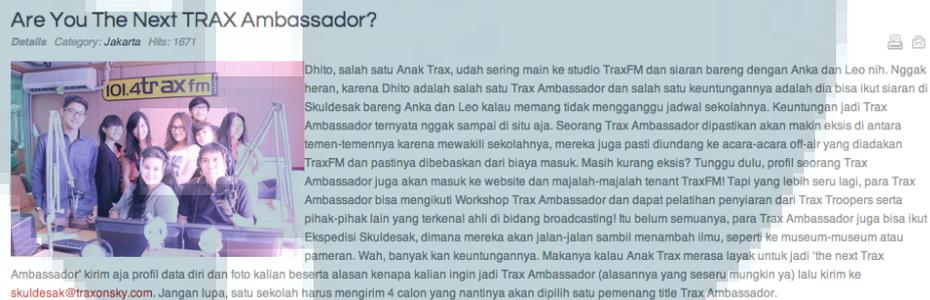


Gambar 1.1 Program Skuldesak di 101.4 TraxFM

(<http://www.traxonsky.com/traxfm/1014-trax-fm-jakarta/daily-programs/64-skuldesak>, diakses pada tanggal 18 November 2013)

Skuldesak merupakan sebuah program acara yang disiarkan dari Senin hingga Jumat pada pukul 14.00 sampai 17.00 WIB. Selain itu dalam program ini

terdapat ajang Trax Ambassador. Seperti dilansir dalam website <http://www.traxonsky.com/news/1217-are-you-the-next-trax-ambassador>, kegiatan ini merupakan ajang dimana sekolah-sekolah SMA yang berada di Jakarta dapat memberikan perwakilannya untuk memperoleh kesempatan melakukan siaran bersama penyiar Trax FM. Selain menjadi perwakilan sekolah, mereka juga dapat diundang ke acara-acara off air yang diadakan TraxFM. Kemudian mereka juga akan mendapat workshop dan mendapat pelatihan penyiaran dan masih banyak lagi.



Gambar 1.2 Ajang Trax Ambassador

(<http://www.traxonsky.com/news/1217-are-you-the-next-trax-ambassador>, diakses pada tanggal 18 November 2013)

Dalam UU Penyiaran no 32 tahun 2002, pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa,

“Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.”

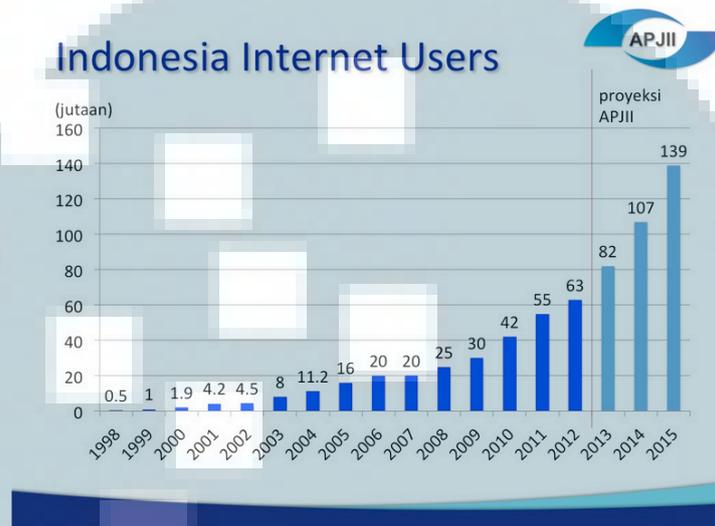
Seperti disebutkan dalam undang-undang, radio ditekankan pada massa dengar. Karena radio tidak mempunyai visual yang nyata, tetapi menjadi media yang dapat menyediakan gambaran tersebut dengan imajinasi yang diciptakan oleh pendengarnya sendiri. Oleh karena itu, imajinasi yang dihasilkan pastinya berbeda-beda pada setiap pendengarnya. Selain itu radio menjadi sebuah media massa yang ringkas dan dapat terus memperbaharui informasi secara cepat.

Bergeraknya teknologi seiring berkembangnya jaman, menciptakan penemuan-penemuan baru, seperti hadirnya internet yang menjadi salah satu bagian dari alat berkomunikasi saat ini. Internet merupakan jaringan yang terhubung secara global pada ribuan komputer agar orang di seluruh dunia dapat berkomunikasi secara bebas dan saling bertukar informasi (Baran:2009).

Internet menjadi media utama dalam generasi Y, karena dalam generasi ini mereka banyak membutuhkan interaksi dengan siapa saja. Sedangkan hal ini berbeda bagi generasi X yang lahir pada 1961 sampai 1981. Televisi dan VCR (Video Cassette Recorder), menjadi media utama mereka (Kundanis:2003).

Pada tahun 2012 menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna internet di Indonesia mencapai angka 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi di Indonesia. Seperti dilansir oleh [kompas.com](http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indonesia.bisa.tembus.82.juta) dalam <http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indonesia.bisa.tembus.82.juta>, APJII menyelenggarakan survei melalui wawancara dan kuisisioner untuk memperoleh gambaran pengguna internet di Indonesia.

Survei dilakukan di 42 kota di 31 provinsi dari April hingga Juli 2012, dengan jumlah responden sebanyak 2.000 orang yang berasal dari kategori umur 12-65 tahun, status ekonomi sosial A-C.



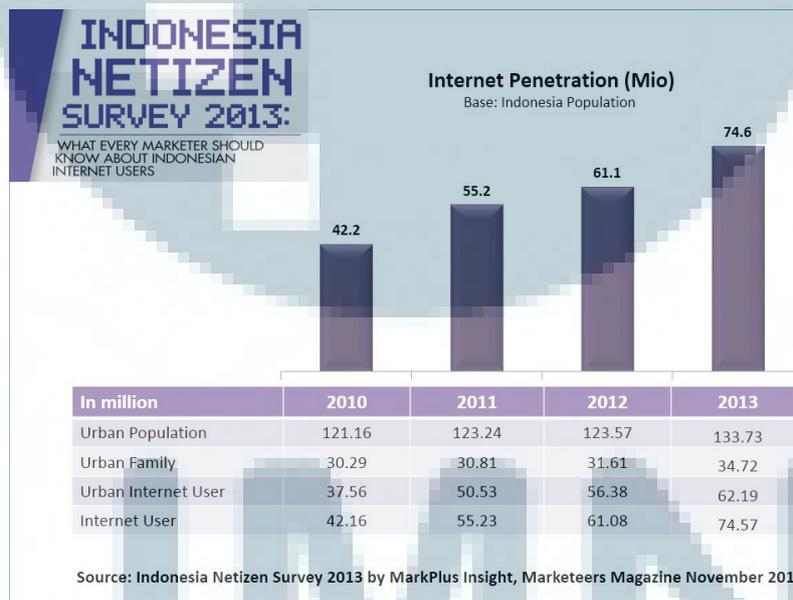
Gambar 1.3 Pengguna Internet di Indonesia

(<http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halaman-data/9/statistik.html>, diakses pada tanggal 24 Oktober 2013)

Masuknya internet membuat penurunan konsumsi pada media lainnya. Pengguna internet yang kebanyakan remaja, lebih memilih internet sebagai media massa yang sering digunakan. Pada awal tahun 2010, MarkPlus Insight melakukan riser tentang aspirasi dan perilaku anak muda (golongan AB) di 6 kota besar di Indonesia. Seperti dilansir dalam website <http://the-marketeers.com/archives/attitude-and-behavior-pengguna-internet-di-indonesia.html#.UoROxGQpYU9>, 6 dari 10 anak muda Indonesia mengaku lebih banyak mengakses internet dalam 6 bulan terakhir dibanding media-media lain

termasuk media konvensional. Golongan muda terus mendominasi dari tahun ke tahunnya.

Riset tahunan yang selalu diadakan MarkPlus Insight ini pada tahun 2013 mencatat hasil yang sama, bahwa golongan muda masih terus mendominasi dalam penggunaan internet. Seperti dilansir dalam <http://www.themarketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.UoRYq2QpYU>, hampir separuh dari pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna internet muda berusia di bawah 30 tahun, sedangkan 16% adalah pengguna internet berusia di atas 45 tahun.



Gambar 1.4 Survei Pengguna Internet di Indonesia

(<http://www.the->

[marketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.UoRYq2QpYU9](http://www.themarketeers.com/archives/Indonesia%20Internet%20Users.html#.UoRYq2QpYU9)

, diakses pada tanggal 14 November 2013)

Media massa yang mengalami penurunan penggunaan terhadap kehadiran internet pada masa ini adalah radio. Broadcasting Board of Governors, sebuah badan penyiaran internasional yang bersifat independen milik Amerika Serikat, telah melakukan penelitian terhadap penggunaan media massa di Indonesia. Hasilnya kemudian dipublikasikan melalui website-nya <http://www.bbg.gov/wp-content/media/2012/10/gallup-indonesia-brief.pdf>. Penelitian yang dilakukan dengan bertatap muka (*face to face*) pada 3000 orang Indonesia yang berusia 15 sampai 15 tahun ke atas pada tanggal 4 Juli sampai 2 Agustus 2012, menyatakan bahwa radio banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mendengarkan berita. Tercatat pada tahun tersebut jumlah pengguna radio menurun menjadi 24,1%. Jumlah ini berbeda dengan tahun 2006, pengguna radio tercatat sebanyak 50%. Sedangkan media yang dipergunakan untuk mendengarkan siaran radio hanya 1.0% yang menggunakan internet, 15.0% menggunakan telepon genggam, sisanya masih menggunakan radio.

Salah satu golongan usia yang banyak menggunakan media massa pada kehidupan sehari-harinya adalah remaja. Remaja bukanlah khalayak yang pasif dalam menggunakan media massa. Mereka dianggap lebih mudah untuk dijangkau karena remaja merupakan masa dimana mereka sedang mencari jati diri mereka masing-masing, pribadi seperti apa dan hendak menjadi apa mereka pada waktu mendatang (Kundanis:2003). Menggunakan media massa menjadi salah satu cara untuk melakukan sosialisasi baik pada diri mereka sendiri, maupun dengan orang lain.

Terdapat banyak faktor mengapa kaum muda mengkonsumsi media massa. Misalnya seperti menjalin persahabatan, pengalihan, kebiasaan, alat belajar, menghabiskan waktu, relaksasi, mencari sensasi dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat berdasarkan dua teori, yaitu pendekatan dari teori penggunaan dan pemenuhan kepuasan (uses and gratifications) dan teori penetapan diri (self-determination) (Kirsch:2009).

Penelitian tentang motif penggunaan radio siaran pada remaja yang masih duduk dibangku Sekolah Menengah Atas menarik untuk dilakukan. Remaja saat ini berada pada generasi Y atau menggunakan internet sebagai media utama mereka dalam mencari informasi (Kundanis:2003). Internet seperti telepon, televisi, alat bermain dan radio yang digabung menjadi satu. Didalamnya sudah terdapat audio dan visual yang sangat mendukung. Sedangkan sebagai media massa dengar, radio mempunyai karakteristik yang unik yaitu suara atau audio yang diperdengarkan kepada khalayak. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan ke dalam kemas auditorif. Suara memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar (Masduki:2004).

Sampel yang akan diteliti adalah sekolah SMA Stella Maris BSD. Sekolah tersebut memiliki fasilitas yang lengkap demi menunjang siswa/siswinya mendapatkan pengetahuan tentang teknologi yang berkembang saat ini. Misalnya seperti terdapat fasilitas laboratorium komputer yang dilengkapi dengan proyektor dan layanan internet untuk memudahkan peserta didik dalam pencarian informasi

serta membekali mereka dengan kemampuan teknologi dan komunikasi yang baik.

1.2 Perumusan Masalah

Menurut Kundanis (2003), pada umumnya masa remaja dibagi menjadi dua kategori, yaitu remaja awal (12-14 tahun) dan remaja akhir (15-18 tahun). Dalam penelitian ini, sampel yang akan digunakan adalah remaja akhir, yang merupakan siswa/siswi SMA Stella Maris. Hal tersebut dipilih karena pada masa ini remaja semakin giat untuk terus mencari identitas diri mereka, mengembangkan kemampuan berpikir abstrak, dan menaruh perhatian yang lebih banyak pada apa yang terjadi disekitar mereka.

Pada masa ini pula pengaruh melalui media banyak didapatkan oleh remaja. Rasa ingin tahu yang masih tinggi, mengakibatkan mereka banyak menggunakan media massa untuk memenuhi hal tersebut, salah satu yang paling populer adalah internet. Dari fenomena tersebut, bagaimana media konvensional seperti radio masih digunakan oleh para remaja menjadi hal yang menarik untuk diteliti terutama motif dibalik penggunaannya.

Maka peneliti menetapkan perumusan masalah penelitian yaitu bagaimana motif penggunaan radio siaran pada remaja pengguna internet di kalangan siswa/siswi SMA Stella Maris, BSD.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan radio siaran pada remaja pengguna internet di sekolah SMA Stella Maris, BSD.

1.4 Kegunaan Penelitian

Terdapat dua kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penelitian ilmu komunikasi, khususnya dalam menggambarkan hubungan media baru dengan media konvensional (radio) berdasarkan motif penggunaannya pada kalangan remaja.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada khalayak luas tentang media massa, khususnya radio sebagai media untuk mengetahui bagaimana motif penggunaan siaran radio pada remaja.