

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Eksistensi radio mengalami tantangan yang berat di era digital saat ini, karena banyaknya media online yang hadir mulai menggeser radio. Hadirnya platform media audio baru seperti Spotify atau medium *streaming* lainnya dianggap mulai menggeser keadaan radio. Berdasarkan data dari Spotify, Indonesia memiliki jumlah pendengar *podcast* terbanyak se-Asia Tenggara. Lebih dari 20 persen pengguna Spotify di Indonesia mendengarkan *podcast* setiap harinya, jumlah tersebut lebih tinggi dari presentase rata-rata global (Kumparan.com, 2020). Sedangkan, berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS), masyarakat (usia 10 tahun ke atas) yang mendengarkan radio dalam seminggu terakhir hanya 13,31% pada 2018. Angka tersebut menurun dari 50,29 persen pada 2003 (Databoks.katadata.co.id, 2019).

Bagi beberapa pelaku media radio yang sudah lama menekuni dunia siaran radio beranggapan bahwa radio tidak akan mati melainkan terus mengikuti perkembangan zaman.

Adaptasi semacam itu justru akan membantu radio untuk terus dipilih khalayak sebagai salah satu media massa andalan. Menurut Zulfahmi (2015, p. 5) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa eksistensi radio hingga saat ini tidak terlepas dari karakteristiknya yang mampu membuat penggunaanya bertahan.

Nielsen *Radio Audience Measurement* dalam penelitiannya pada 2016 yang berjudul “Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya”. Nielsen mencatat meskipun internet tumbuh pesat dalam kuartal ini, tidak berarti jangkauan pendengar radio menjadi rendah. Pada kuartal ketiga 2016, penetrasi radio masih 38 persen, sedikit di bawah internet pada angka 40 persen (Tirto.id, 2019).

Sampai akhir 2016, penetrasi radio berada pada angka 37,6 persen. Angka penetrasi itu diperoleh Nielsen dari survey di 11 kota, yaitu Bandung, Banjarmasin, Denpasar, Jakarta, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Surabaya, Surakarta, dan Yogyakarta. Sepanjang 2016 hingga 2018, penetrasi radio turun perlahan dari 37,6 persen menjadi 34,3 persen pada 2018 (Tirto.id, 2019).

Radio adalah media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak melalui bentuk audio. Menurut Sadiman (2011) media audio adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk lambang – lambang auditif, baik bahasa verbal (kata – kata atau bahasa lisan) maupun bahasa nonverbal. Radio memiliki keunggulan diantara media lainnya yaitu bisa diakses dengan mudah dan dapat memberikan informasi yang cepat dengan biaya yang terjangkau.

Di era digital saat ini radio harus beradaptasi dengan media-media baru yang berbasis internet. Radio dapat menggunakan media baru sebagai *platform* untuk tetap bertahan dan untuk lebih dekat dengan pendengarnya, bahkan memudahkan pendengar untuk mendapatkan informasi. Diane Kemp, Profesor pada bidang Broadcasting dari Birmingham City University, memperkirakan bahwa radio tidak akan mati karena kemunculan media audio baru yaitu podcast. Sebab, keduanya berjalan dengan karakteristik yang berbeda (Tirto.id, 2019).

Ada beberapa strategi atau kunci agar radio tetap eksis dan bertahan, salah satunya yakni terus berinovasi dengan menerapkan siaran interaktif melalui *platform* digital kepada pendengarnya. Lembaga penyiaran radio melihat internet sebagai aksesori yang memadai untuk dipadukan dengan media konvensional terlebih untuk promosi dan tujuan penelitian pendengar serta interaktif di jejaring sosial yang mencerminkan persatuan orang karena dukungan emosional, penilaian, instrumental, dan informasi menjadi realitas berkembang (Furth, 2010). Radio mempunyai kedekatan dengan pendengar, karena topik pembahasan berasal dari peristiwa sehari-hari yang dihadapi oleh pendengar. Ditambah dengan adanya bantuan kemajuan teknologi seperti perangkat *handphone*, interaksi dengan pendengar radio dapat semakin erat (Hadi, 2020, p. 35).

Program Director Woman Radio, Dr. Lia Hafiz menjelaskan bahwa karakteristik radio yang telah hadir, seperti siaran interaktif sebenarnya merupakan asal mula media baru yang berbentuk digital yang datang saat ini. Lembaga penyiaran radio juga perlu membuat situs media internet guna mengikuti

perkembangan media audio dan mendukung interaktivitas dengan pendengarnya. Website radio juga mendorong interaktivitas khalayak dan membentuk sumber penghasilan lain bagi lembaga penyiaran radio (Michael C, 2007).

Permasalahan yang muncul ketika ada perbandingan yang cukup signifikan antara angka pendengar radio konvensional dengan angka pendengar media audio digital Spotify. Melihat hal tersebut, stasiun radio di Indonesia mulai memperluas akses siarannya untuk lebih dekat dengan pendengarnya melalui platform digital. Kebanyakan media radio di Indonesia memiliki media sosial seperti Instagram untuk berinteraksi dengan mudah dan untuk memberikan informasi.

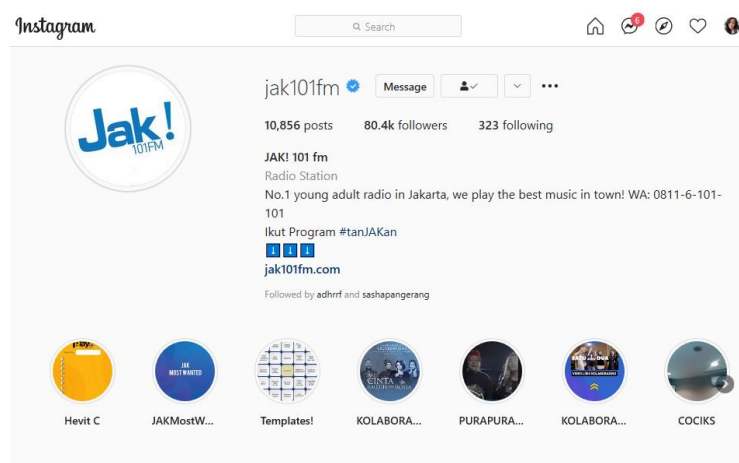
Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dirancang untuk membagikan foto dan video serta memungkinkan para penggunanya untuk memberikan filter digital pada fotonya, mengedit foto dan video (Fauziyyah & Rina, 2020). Lebih lanjut, Fauziyyah dan Rina (2020) mengatakan saat ini Instagram dimanfaatkan penggunanya sebagai wadah untuk membagikan berita. Tidak hanya itu, Instagram juga menjadi salah satu platform media sosial yang sudah mendunia. Bahkan, berdasarkan data dari (Statista.com, 2019) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna Instagram keempat di dunia. Pengguna Instagram di Indonesia mencapai sebesar 60 juta per Oktober 2019 (Tagar.com, 2019). Melihat pertumbuhan dari pengguna Instagram, membuat Instagram jadi media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh stasiun radio.

Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, stasiun radio saat ini dapat memperluas akses penyajian informasi dengan format audio-visual, teks,

maupun visual. Salah satunya adalah radio milik swasta Jak 101 FM yang merupakan stasiun radio dalam naungan Mahaka Radio Integra, diluncurkan sejak 2007. Dari tahun 2007, Jak 101 FM mampu bertahan selama 13 tahun karena memiliki banyak program unggulan yang menarik dan juga mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu program unggulan Jak 101 FM adalah Sarapan Seru. Jak 101 FM memprioritaskan pendengarnya pada usia 25-35 tahun.

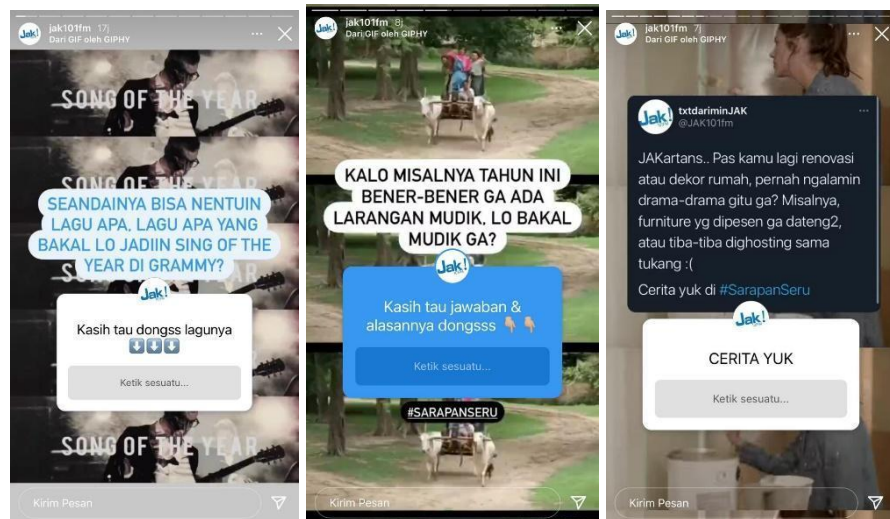
Berdasarkan pengamatan peneliti, radio Jak 101 FM merupakan siaran radio dari Jakarta yang memiliki frekuensi lokal. Jak 101 FM telah menggunakan *platform* digital seperti media sosial Instagram guna memperluas jangkauan informasi. Selain itu, radio Jak 101 FM juga telah aktif membuat konten-konten menarik dan kreatif melalui pemanfaatan media sosial Instagram untuk interaktivitasnya dengan mengajak pendengar bermain menggunakan fitur Q&A dan *Live* di Instagram saat siaran berlangsung, sehingga melahirkan suasana yang asik.

Gambar 1.1 Akun Instagram Jak 101 FM



Sumber: dokumentasi penulis

Gambar 1.2 Interaksi Menggunakan Fitur Q&A



Sumber: Instagram Story @jak101fm

Gambar 1.2 merupakan contoh dari pemanfaatan fitur Q&A oleh Jak 101 FM pada akun Instagram. Jak 101 FM memberikan pertanyaan yang sesuai dengan topik pembincangannya. Pada gambar di atas, tema pembahasan tersebut berbeda-beda satu dengan yang lainnya sehingga pertanyaan yang diajukan dapat beragam.

Dari interaktivitas digital tentu terdapat *engagement* di dalamnya. Pemanfaatan media sosial bagi media konvensional dapat membangun *engagement* antara media dengan khalayak. Jake Batsell (2015, p. 12) menegaskan bahwa *engagement* sangat penting untuk perkembangan kerja jurnalisme yang efisien dengan cara memuaskan keinginan khalayak secara spesifik.

Gambar 1.3 Tampilan *Link On Bio*



Sumber: Instagram @jak101fm

Gambar 1.3 adalah satu cara yang dilakukan Jak 101 FM untuk melakukan jenis interaktivitas *user to system*. Model interaksi ini adalah interaksi yang memudahkan para pengikut Jak 101 FM di Instagram untuk dapat mengikuti pendaftaran kegiatan kuis dengan fitur *link on bio*. Interaksi seperti ini hanya satu arah yang menghubungkan pengikut Jak 101 FM dengan *link on bio* yang berada dalam profil Instagram Jak 101 FM.

Jak 101 terlihat mengandalkan Instagram untuk mendukung interaktivitas dengan pendengarnya. Jika dilihat, Instagram Jak 101 FM memiliki 11,2 ribu unggahan, 81,7 ribu pengikut (per April 2021). Dalam unggahannya, banyak mengenai promo program, iklan, penyiar, konten interaktif, poster acara, dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa hal yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti Jak 101 FM radio sebagai objek penelitian. Mengapa Jak 101 FM? Karena, Jak 101 FM menjadi stasiun radio modern yang telah melakukan kerjasama

dengan pemerintah DKI Jakarta dibidang penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai kejadian terkini baik itu bencana maupun informasi lainnya (Kumparan.com, 2020). Satu hal yang membedakan Jak 101 FM dengan media lainnya yaitu Jak 101 FM membuat konten interaktif berdasarkan topik program siarannya. Unggahan mengenai topik program ini menjadi unggahan yang mengundang interaksi dengan pengikut. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana interaktivitas diterapkan pada akun Instagram Jak 101 FM berdasarkan tiga konsep interaktivitas McMillan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana penerapan interaktivitas pada akun Instagram Jak 101 FM berdasarkan tiga jenis interaktivitas McMillan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti membuat pertanyaan terkait penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penerapan jenis interaktivitas *user to system* dalam akun Instagram Jak 101 FM?
2. Bagaimana penerapan jenis interaktivitas *user to user* dalam akun Instagram Jak 101 FM?
3. Bagaimana penerapan jenis interaktivitas *user to document* dalam akun Instagram Jak 101 FM?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan jenis interaktivitas *user to system* pada akun Instagram Jak 101 FM.
2. Untuk mengidentifikasi penerapan jenis interaktivitas *user to user* pada akun Instagram Jak 101 FM.
3. Untuk mengetahui bagaimana penerapan jenis interaktivitas *user to document* pada akun Instagram Jak 101 FM.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan peneliti dapat memberikan manfaat dalam bidang akademis, praktis dan sosial.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya yang dapat dikaji secara lebih luas mengenai konsep radio, interaktivitas dan *engagement*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam dunia jurnalistik atau media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi media radio konvensional dalam siaran interaktif yang dipadukan dengan *platform* digital seperti media sosial terlebih Instagram. Selain itu, diharapkan memberi pengetahuan untuk media yang akan menerapkan kolaborasi antara interaktivitas radio konvensional dengan interaktivitas digital.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi menambah wawasan melalui penelitian interaktivitas siaran media radio konvensional dipadukan dengan *platform* digital terlebih media sosial Instagram melalui fitur *Q&A* dan *Live*.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya mengambil satu objek penelitian yakni radio Jak 101 FM, sedangkan beberapa penyiaran radio konvensional juga telah memadukan siaran interaktifnya dengan memanfaatkan *platform digital* guna mendapatkan *engagement* dari media sosial Instagram.