

## **AB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan zaman membawa perubahan yang begitu cepat, termasuk teknologi. Teknologi menjadi salah satu aspek yang mengalami perkembangan yang sungguh pesat dan memiliki sifat yang sangat canggih. Teknologi yang canggih membawa masyarakat untuk mendapatkan akses yang mudah dalam memperoleh informasi dari berbagai macam sumber. Sumber-sumber informasi tersebut berupa media-media yang ada seperti media cetak, televisi, dan radio (Yarbo, 2018).

Menurut survey penelitian Nielsen (dalam Amalia, 2019), dalam setiap tahun, audiens atau pendengar radio selalu mengalami penurunan mencapai 3%. Sebagai salah satu media untuk melakukan promosi, radio mempunyai porsi penetrasi hanya mencapai 30% penggunaan di kalangan masyarakat, terlebih jika dibandingkan dengan media televisi, handphone, majalah, atau media lainnya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian yang telah dilakukan oleh pihak Broadcasting Board of Governors yang merupakan sebuah badan yang menaungi berbagai lembaga penyiaran internasional Amerika menyebutkan bahwa sekitar 87% masyarakat Indonesia menggunakan media televisi untuk memperoleh informasi atau berita, kemudian sekitar 36% masyarakat Indonesia menggunakan SMS untuk berinteraksi dengan orang lain agar mendapatkan informasi tertentu, sekitar 11% masyarakat Indonesia masih menggunakan radio untuk mendapatkan informasi, dan hanya sekitar 7% masyarakat Indonesia yang masih menggunakan media cetak untuk memperoleh informasi atau berita (Amalia, 2019).

Pada awalnya, keberadaan radio sering dianggap remeh dan hanya kalangan elit saja yang mampu menggunakannya, seperti pemerintahan dan militer (Mansuna, 2020). Radio ini digunakan oleh mereka untuk menyampaikan informasi maupun berita penting mengenai pemerintahan. Namun, seiring berjalannya waktu, perkembangan radio terlihat sangat signifikan kemajuannya. Hal ini juga terjadi di Indonesia, ditandai dengan munculnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sehingga membawa dampak yang positif bagi perjalanan dan kemajuan dunia penyiaran di Indonesia (Nugraha, 2018). Salah satu radio pertama dan memiliki pengaruh yang besar dalam sejarah Indonesia adalah Radio Republik Indonesia, atau yang biasa disingkat dengan RRI.

Radio Republik Indonesia Jakarta menjadi bagian dari RRI dengan memberikan kesempatan bagi masyarakat umum untuk terlibat dalam program perbincangan interaktif. Pendengar RRI Jakarta kemudian akan dimintai tanggapan atas program-program yang telah tayang/siar misalnya berita tentang sosial,

ekonomi, dan politik. Selanjutnya pendengar juga akan menyampaikan pertanyaan, pendapat, serta jawaban yang tidak terbatas seperti halnya masa pemerintahan orba (orde baru). Lantas opini yang disampaikan oleh pendengar radio sekiranya mampu memberikan pengaruh terhadap opini seseorang lainnya yang juga berperan sebagai pendengar RRI Jakarta (Hutom, 2017).

Menurut informasi yang diperoleh dari pihak Kepala Bagian Perencanaan dan Evaluasi Program yaitu Engkay Karsila, menyebutkan bahwa RRI Jakarta mengalami penurunan pada jumlah pendengar atau audiens. Hal ini dikarenakan pihak RRI Jakarta sendiri terlambat dalam melakukan konvergensi. Sebagai salah satu lembaga penyiaran publik, biaya operasional dari RRI Jakarta dibiayai oleh negara. Meskipun minat pendengar dari RRI Jakarta menjadi berkurang bahkan hingga saat ini hampir tidak ada yang berminat untuk mendengarkan, namun keberadaan RRI akan terus ada. Namun sebagai salah satu media massa, RRI Jakarta mempunyai peran dan fungsi tersendiri yaitu untuk memberikan sebuah informasi, menghibur, mendidik, serta melakukan adanya pengawasan sosial kepada masyarakat. Maka dari itu, lembaga penyiaran RRI Jakarta seharusnya dapat lebih mengikuti perkembangan teknologi (Pattie, 2019).

Radio Republik Indonesia memiliki andil yang cukup besar dalam sejarah Indonesia, bahkan menjadi radio andalan milik pemerintah pada masa itu. Andil yang dimiliki RRI ini karena radio ini menyiarkan berita kemerdekaan Republik Indonesia sekaligus pidato Presiden RI pertama yaitu Ir. Soekarno. Berdasarkan sejarah RRI tersebut, maka RRI disebut sebagai corong kebangkitan bangsa Indonesia karena perannya yang besar dalam perancangan politik serta peradaban rakyat Indonesia (Yunefa, 2019). Namun, seiring berjalannya waktu, kini telah menjamur beragam radio swasta yang juga menyampaikan/menyiarkan informasi sehingga masyarakat kini memiliki beragam pilihan channel radio sesuai dengan kegemaran masing-masing. Tak jarang, berbagai strategi dimaksimalkan oleh berbagai radio swasta dalam melakukan persaingan dalam rangka mendapatkan para pendengarnya. Lalu, yang menjadi kekhawatiran adalah ekistensi RRI sebagai satu-satunya radio negeri milik pemerintah Indonesia di tengah persaingan yang kian beragam. Adapun daftar berbagai radio yang ada di Kota Jakarta diantaranya.

**Tabel 1. 1 Daftar Radio di Kota Jakarta**

No	Nama Radio
1	Hard Rock FM (87.6 MHz)
2	Mustang FM (88.0 MHz)
3	Global Radio (88.5 MHz)
4	RRI Jakarta Pro 3 (88.8 MHz)
5	Green Radio (89.2 MHz)
6	I-Radio (89.6 MHz)
7	RRI Jakarta Pro 1 (91.2 MHz)
8	PAS FM Jakarta (92.4 MHz)
9	MERSI FM (93.9 MHz)
10	KIS FM (95.1 MHz)
11	RAS FM (95.5 MHz)
12	Gen FM (98.7 MHz)
13	Delta FM (99.1 MHz)
14	Smart FM (95.9 MHz)
15	Pop FM Jakarta 9103.0 MHz)
16	RRI Jakarta Pro 2 (105.0 MHz)
17	D Radio (103.4 MHz)
18	Pesona FM (103.8 MHz)
19	CBB FM (105.4 MHz)
20	Ramako FM (105.8 MHz)

(Sumber : <http://ditpolkom.bappenas.go.id/>)

Atas dasar rasa keingintahuan peneliti mengenai persaingan berbagai radio tersebut dalam memperebutkan minat pendengar radio, maka peneliti akan menggali pembahasan mengenai strategi apa yang dilakukan oleh RRI dalam melakukan persaingan dengan radio-radio swasta yang muncul. Peneliti menduga bahwa citra yang dimiliki oleh RRI sekarang menjadi bagian faktor yang terbesar bagi RRI dalam mendapatkan pendengar setianya, karena memang citra dan popularitas RRI yang memang sangat baik. Selain itu pastinya juga ada inovasi-inovasi baru dari RRI yang dilakukan oleh tim public relations dalam melakukan serangkaian publikasi untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi para pendengar setianya. Public relations juga merupakan pihak yang berperan dalam pembentukan citra suatu radio, apakah citra baik atau citra buruk yang didapatkan.

Dari berbagai media yang ada, radio mempunyai kelebihan tersendiri. Salah satu kelebihan yang dimiliki radio adalah sifatnya yang fleksibel, yaitu dapat

kita dengarkan kapanpun dan dimanapun dan tidak perlu ruang (space) yang besar. Seseorang dapat mendengarkan radio sambil menjalankan berbagai aktivitas sehari-hari. Inilah mengapa radio hingga saat ini masih memiliki pendengar setianya di tengah-tengah perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju. Namun, dibalik kelebihan yang dimiliki radio juga memiliki kelemahan. Kelemahan radio adalah sifatnya yang hanya sekali putar dan tidak ada siaran ulang, berbeda dengan televisi yang masih memungkinkan untuk diadakannya tayangan ulang serta media cetak dimana kita dapat Kembali pada halaman sebelumnya apabila ada informasi yang terlewat. Dibalik itu semua, radio menjadi satu-satunya media yang dapat berinteraksi secara dekat kepada para pendengarnya. Hal ini dapat ditunjukkan dari setiap program siaran radio yang pasti melibatkan pendengarnya untuk diajak berinteraksi baik melalui pesan singkat maupun telepon, sehingga pendengar dapat langsung meminta lagu kepada penyiar atau bahkan menitipkan salam untuk dibacakan saat siaran radio berlangsung. Pendengar radio memiliki karakteristik sebagai berikut (Syarifuddin & Saepudin, 2018).

a. Heterogen

Pendengar radio mempunyai latar belakang yang bervariasi, baik itu ras, suku, agama, jenis kelamin, bahkan dari segi umur juga berbeda. Perbedaan inilah yang menimbulkan warna tersendiri bagi program-program acara radio yang pasti menyesuaikan para pendengarnya.

b. Pribadi

Penyiar harus mampu melakukan komunikasi interpersonal yaitu pribadi antar pribadi, karena pendengar radio pada dasarnya individu bukan berupa kelompok maupun komunitas. Oleh karena itu penyiar harus mampu mengobrol dengan para pendengar setianya sehingga terciptanya rasa nyaman bagi para pendengar.

c. Aktif

Pendengar radio bersifat aktif dan tidak pasif, artinya ia mampu menilai apa yang ia dengar dan mampu berfikir serta memberikan komentar maupun masukannya terhadap siaran yang berlangsung.

d. Selektif

Berbagai pilihan gelombang radio tersedia dan dapat dipilih oleh pendengar saat mereka mendengarkan stasiun radio. Para pendengar berhak memilih gelombang mana yang akan ia dengarkan sesuai dengan kebutuhannya, sehingga seorang penyiar tidak dapat memaksa seseorang untuk selalu stay tune pada gelombang radio tertentu dalam setiap waktu.

Selain itu, radio juga memiliki peran untuk memenuhi 3 kebutuhan berupa:

a. Informasi

Setiap orang memerlukan informasi untuk mengetahui situasi yang terjadi saat ini dan agar tidak ketinggalan berita. Dengan selalu mengetahui informasi terkini, wawasan seseorang akan menjadi luas dan dirinya mengetahui hal-hal yang terjadi dalam dunia ini. Berdasarkan hal tersebut, radio hadir untuk menyiarkan berita/informasi bagi masyarakat.

b. Pendidikan

Pendidikan dapat diajarkan melalui media apa saja, salah satunya radio. Karena sifatnya yang fleksibel, radio juga menjadi salah satu sarana penyampaian edukais kepada masyarakat, khususnya para siswa sekolah. Program-program radio juga seringkali disetel untuk dapat dinikmati bagi para siswa dalam mendapatkan ilmu seperti wawasan nusantara dan cerita-cerita rakyat.

c. Hiburan

Setiap orang pasti memerlukan hiburan dalam rangka melepaskan penat yang terjadi setelah aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, radio hadir untuk memberikan hiburan kepada masyarakat baik melalui lagu-lagu yang diputar, maupun interaksi yang dilakukan antara penyiar dan pendengar secara langsung.

Suatu radio pasti memiliki pertimbangan ketika melakukan penentuan berbagai program yang nantinya akan disiarkan dalam rangka menarik minat pendengar. Minat pendengar merupakan suatu aspek yang penting bagi eksistensi suatu radio. Tanpa pendengar, maka radio bisa saja terancam untuk ditutup karena dianggap gagal. Oleh karena itu, pada suatu stasiun radio menyediakan berbagai acara yang disesuaikan dengan kriteria pendengarnya, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan orang yang sudah lanjut usia sekalipun. Terlebih pada masa sekarang ini minat mendengar radio di kalangan anak muda sangat terkikis karena kalah dengan media hiburan lain seperti sosial media dan juga televisi.

Anak-anak muda seringkali disebut dengan generasi milenial. Generasi milenial saat ini merupakan mereka yang sangat peka sekali terhadap perkembangan teknologi dan zaman. Walaupun begitu, dalam kaitannya dengan minat mendengar radio, anak-anak muda masih ternyata masih ada yang mempunyai hobi mendengarkan radio meskipun jumlahnya tidak sebanyak dahulu. Maka dari itu suatu radio harus benar-benar mampu meningkatkan kembali minat dengar di kalangan anak muda.

Selain itu, aspek yang penting diperhatikan adalah citra radio. Citra merupakan suatu tujuan yang dimiliki oleh suatu lembaga maupun

perusahaan dalam menjaga reputasi, prestasi, serta nama baik yang ingin dicapai. Citra sendiri sebenarnya merupakan sesuatu yang tidak dapat diukur namun bentuknya dapat dirasakan karena berupa penilaian baik atau buruknya suatu lembaga/perusahaan (Priyaningsih, 2020). RRI sendiri memiliki citra yang sangat baik dari zaman dahulu hingga saat ini apalagi ditambah dengan sejarahnya yang sangat berjasa bagi Indonesia. Hal ini menjai sebuah nilai tambah bagi citra RRI Jakarta. Oleh sebab itu, citra yang baik ini harus senantiasa dijaga agar tidak berubah nilai dan makna.

Urgensi dilakukannya penelitian ini yaitu seperti yang kita ketahui bersama bahwa citra lembaga yang dimiliki membawa kita dapat mengetahui baik atau buruknya lembaga tersebut. Terlebih pada RRI yang memiliki pamor yang selalu baik di masyarakat. Namun, persaingan radio yang ada saat ini cukup sengit. Tentunya, peneliti tidak ingin nama RRI redup karena tidak mampu bersaing dengan radio lainnya ataupun karena masyarakat telah beralih menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian ini menggunakan responden yang merupakan pengguna Telkom Indonesia Jakarta dikarenakan mereka memiliki pengguna yang cukup banyak, selain itu pengguna telkom juga mayoritas berasal dari kalangan muda. Sehingga sangat cocok sekali jika menggunakan responden yang berasal dari pengguna Telkom Indonesia Jakarta.

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, maka peneliti hendak menguraikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra RRI Jakarta Terhadap Minat Mendengar di Kalangan Anak Muda Pengguna Telkom Indonesia Jakarta”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang sudah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan menjadi sebagai berikut.

1. Bagaimana citra RRI di kalangan anak muda?
2. Bagaimana minat mendengar di kalangan anak muda pengguna Telkom Indonesia Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh antara citra RRI terhadap minat mendengar di kalangan anak muda pengguna Telkom Indonesia Jakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui citra RRI Jakarta.
2. Untuk mengetahui sejauh mana minat mendengar kalangan anak muda pengguna Telkom Indonesia Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara citra RRI Jakarta dan minat mendengar kalangan anak muda pengguna Telkom Indonesia Jakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat berperan sebagai literatur atau referensi bagi penelitian yang akan datang, terlebih bagi yang ingin meneliti tentang pengaruh citra radio, khususnya RRI Jakarta.

##### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini menjadi salah satu penyumbang ilmu dalam bidang komunikasi sehingga menambah wawasan bagi para pembaca.

1. Bagi RRI Jakarta, penelitian ini nantinya dapat digunakan dan diterapkan ke dalam peningkatan kualitas citra lembaganya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memperkaya pengalaman dan insight yang luas, sehingga kedepannya peneliti dapat melakukan penelitian lain dengan mengembangkan ide-ide penelitian yang dimiliki.