

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari hubungan interaksi yang saling membutuhkan dan saling bekerja sama satu dengan yang lainnya melalui berbagai media komunikasi yang mereka gunakan sesuai era kehidupannya. Dalam perkembangannya, media komunikasi berperan penting dalam penyebaran informasi dan alat komunikasi bagi masyarakat. Media komunikasi berupa media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dan bertujuan mencari keuntungan (Mondry, 2008: 12).

Media komunikasi terus mengalami perkembangan dalam teknologinya, dari komunikasi analog menjadi komunikasi yang membuat hubungan antar manusia secara global semakin mudah dan efektif. Hal ini dikarenakan media semakin diakui dan diterima oleh masyarakat di dunia. Media diciptakan untuk memudahkan manusia dalam menjalani komunikasi, sehingga komunikasi yang dijalankan manusia tidak lagi bertemu secara langsung, melainkan saat ini komunikasi dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan media. Dan pengaruhnya dapat mengubah berbagai aspek kehidupan dan budaya seperti gaya hidup, cara kerja, belajar, berbelanja hingga cara komunikasi antar individu.

Sejak dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, secara kuantitatif jumlah radio siaran di tanah air mengalami lonjakan yang fantastis. Menurut laporan terakhir dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sampai tahun 2010 ada banyak usulan dari kalangan masyarakat untuk membangun TV dan radio, baik siaran yang sifatnya nasional maupun yang sifatnya lokal (daerah). Hal ini karena adanya kemudahan memperoleh izin siaran dan adanya semangat reformasi.

Seiring perkembangan teknologi internet pada bidang komunikasi dan informasi menyebabkan perubahan besar-besaran pada pola kebiasaan masyarakat terhadap konsumsi media. Masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan akses internet untuk mendapatkan informasi, hiburan atau pertemanan serta promosi bisnis di jejaring dunia maya. Beragam media sosial dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang tersedia membuat berbagai macam konten-konten baru yang menarik diantaranya seperti Facebook, Youtube, Twitter, WhatsApp, Instagram, Website dan lainnya yang mana seseorang dapat berinteraksi langsung dengan orang lain secara online.

Fenomena ini menyebabkan konsumen radio semakin berkurang dan hanya menasar pada khalayak yang belum mendapatkan akses internet atau orang tertentu yang gemar mendengarkan radio itupun jika mereka sedang mengendarai

kendaraan dalam kondisi macet. Berkurangnya konsumen radio diperparah ketika saat ini adanya epidemi Covid-19 dimana masyarakat harus berdiam di rumah dan bekerja dari rumah atau WFH (Work From Home), belajar daring atau online dari rumah (BDR) serta diperketat aturan protokol kesehatan dengan menjaga jarak dan menghindari kerumunan dalam berbagai aktivitas bisnis dan interaksi lainnya. Sehingga mendorong masyarakat mau tidak mau harus mempunyai fasilitas internet dan berbagai gadget untuk mempermudah aktivitas mereka.

Pesatnya pertumbuhan internet tersebut menjadi tantangan bagi pengelola radio siaran untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyajikan konten-konten dan disampaikan melalui komunikasi kepada para konsumennya. Jika tidak eksistensi radio akan tersisihkan oleh daya tarik media internet yang mampu menyediakan semua kebutuhan konsumen bahkan lebih menarik dan atraktif bagi kalangan muda milenial. Dalam kondisi seperti ini komunikasi, tentu harus digunakan oleh siaran radio untuk melakukan pendekatan dan melakukan promosi bagi konsumen melalui media sosial yang ada secara efisien dan mudah.

Dengan demikian stasiun radio sebagai media informasi dan hiburan apakah masih bisa bersaing dengan berbagai media sosial dan media online lainnya? Bisakah sektor radio dengan cerdas memanfaatkan media sosial untuk menumbuhkan basis pemirsanya? Ada berbagai platform media sosial bisa digunakan bagi stasiun radio untuk memikat para pendengarnya melalui seperti radio streaming, Facebook, Youtube, WhatsApp dan Instagram. Hal ini seharusnya bisa dilakukan oleh stasiun radio dengan memperpanjang percakapan on-air dengan menggunakan hashtag topik tertentu di berbagai platform media sosial dengan tujuan mengundang pengikut dan pendengar untuk berpartisipasi dalam program acaranya.

Salah satu media sosial paling populer di Indonesia adalah Instagram. Selain banyak penggunanya, media sosial instagram juga diminati oleh kalangan anak muda atau kalangan milenial. Sehingga kalangan pelaku bisnis seperti perusahaan-perusahaan besar dan juga bisnis mikro dan UKM yang mana segmen pasarnya adalah kalangan milenial maka mereka memanfaatkan Instagram dalam kegiatan media sosial marketingnya.

Star Radio 107.3 FM Tangerang adalah salah satu radio terbesar di Tangerang yang cukup eksis di tengah persaingan radio di wilayah sekitar Tangerang. Acara dan programnya sangat menarik dan selalu up date yang dikemas melalui media online. Saat ini Star radio memposisikan diri sebagai radio nomor satu di Tangerang kompetitif di Jakarta yang mana mempunyai konsep terbaru yaitu; "Indo Gateway" yang mencirikan Star Radio 107.3 FM, berada dekat dengan Pintu Gerbang Indonesia.

Program-programnya memikat kaum melenial dan khalayak umum dan para pebisnis. Hal ini dapat dilihat dari menariknya program-program yang dikemas antara lain:

Star in the morning yang menyiarkan berita-berita terkini, traffic info di Tangerang dan Jakarta dan informasi inspiratif yang diselengi musik yang menghibur. Program ini dimulai pukul 06.00-10.00 WIB.

Break Time, program yang memutar lagu-lagu hit non-stop dari jam 10.00-16.00 WIB.

Rising Star, program yang berisi ilmu merayu atau per gombalan ala anak muda. Program ini dimulai dari pukul 16.00-20.00 WIB.

Portal Indonesia, program yang memutar musik Indonesia yang sedang hit secara non stop dari pukul 20.00-00.00 WIB.

Semua program Star Radio 107.3 FM dikemas dan dipromosikan melalui media sosial yaitu Facebook dan Instagram yang merupakan media yang efektif bagi anak muda melenial. Program siaran radio Star radio ini juga dapat diakses melalui radio streaming yang mana bisa diakses melalui gadget.

Berdasarkan permasalahan dan paparan diatas peneliti ingin mengetahui sejauh mana dan strategi komunikasi media sosial apa bagi stasiun radio dalam mempertahankan eksistensi dirinya dalam persaingan di dunia bisnis informasi dan hiburan, yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul, “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram Pada Program Star In The Morning Di Star Radio 107.3 FM Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang ingin diteliti adalah:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram @Staradiotangerang Pada Program Star In The Morning?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis ingin mencapai suatu tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram @Staradiotangerang Pada Program Star In The Morning

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber data maupun referensi bagi mahasiswa maupun kalangan umum dan dapat

bermanfaat bagi penulis. Selain itu diharapkan melahirkan penulis berikutnya yang dapat menyempurnakan penelitian ini nantinya. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penulisan khususnya mengenai pengembangan keilmuan pengembangan ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Menambah wawasan dalam hal penelitian di bidang radio.
2. Memahami sebuah permasalahan komunikasi melalui media sosial Instagram pada radio.
3. Mengembangkan rasa ingin tahu terhadap perkembangan teknologi media sosial dan pemanfaatannya.