

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah satu hal yang tidak mungkin bisa lepas dari kehidupan kita. Menurut Berelson dan Steiner komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan dan seterusnya, melalui penggunaan simbol-kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain (Jalaluddin Rakhmat 1986:10). Dalam tataran komunikasi bisa dibagi menjadi komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan media massa dengan ciri-ciri : komunikatornya melembaga pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan, komunikannya heterogen dan prosesnya berlangsung satu arah. Media massa adalah salah satu alat untuk tercapainya komunikasi massa. Media massa saat ini juga beragam bentuknya koran, televisi, radio dan internet.

Guglielmo Marconi pada tahun 1896 menciptakan wireless telegraf yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode morse. Ditahun 1913, Marconi telah mendominasi bisnis radio di Eropa dan Amerika Serikat. Saat itu radio diperuntukan kebidang perdagangan dan transportasi.

Seiring perkembangan jaman radio menjadi media yang digunakan untuk menghibur, mendidik, pemberi informasi dan kontrol sosial kepada khalayak. Radio FM pertama kali ditemukan oleh Edwin Howard Amstrong (1912) dan ditahun 1925 pada masa pemerintahan Hindia – Belanda Prof. Komans dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Radio juga menjadi salah satu media untuk menyebarluaskan Naskah Proklamasi di tahun 1945. Dan pada tanggal 11 September 1945 berdirilah Radio Republik Indonesia (RRI).

Internet yang biasanya digunakan untuk berselancar mencari data, dan yang sedang marak saat ini adalah *social networking* yang membuat penggunanya makin mudah berkomunikasi dengan orang lain tanpa batas. Penggunaan internet yang mudah dan bisa terus mengikuti perkembangan jaman membuat penemuan-penemuan baru untuk media massa. Ini juga yang membuat satu penemuan baru dibidang komunikasi massa yaitu Radio Internet.

Radio adalah media komunikasi melalui gelombang udara, tanpa kawat (Onong Uchjana 1989:301). Sedangkan internet adalah secara harfiah internet (kependekan dari interconnected-networking) ialah rangkaian komputer yang terhubung satu sama lain. (Darma, Jarot dan Shenita 2009 :1). Dapat penulis simpulkan bahwa Radio Internet adalah siaran suara dengan media komunikasi melalui gelombang udara tanpa kawat dan tanpa frekuensi tertentu. Radio internet bisa dinikmati lewat internet yaitu bisa lewat telepon genggam dengan menggunakan aplikasi radio internet atau NUX radio, langsung dari website yang dimiliki radio tersebut menggunakan PC, laptop, ataupun tablet.

Salah satu Radio Internet yang ada di Indonesia adalah Radio Galau. Radio yang mengambil segmentasi sebagai radio yang mengedepankan lagu-lagu yang enak didengar selama 24 jam, juga candaan khas yang dibawakan setiap penyiarinya, serta memberikan informasi yang juga mendidik. Radio Galau mengambil segmentasi pasar pria dan wanita umur 19 tahun sampai 42 tahun dengan status sosial menengah ke atas. Mayoritas dari pendengar Radio Galau adalah mahasiswa, profesional muda, dan pekerja kantoran. Karakteristik yang ditampilkan radio ini adalah radio yang bisa menyemangati, menemani dan mengikuti perkembangan jaman juga dengan lagu-lagu yang enak didengar.

Diusia yang masih sangat muda Radio Galau menjadi Radio Internet pertama yang bisa masuk kejajaran 10 besar pendengar terbanyak dalam Radio Internet Indonesia. Kelebihan lainnya dari Radio Galau adalah bisa menyiarkan bahan siarannya diluar studio, Radio Galau bisa melakukan *streaming mobile* (siaran dengan berpindah-pindah tempat) dari satu cafe ke cafe lain dan bisa langsung didengar oleh Galauers. Dan pendengar Radio Galau tidak hanya dari Indonesia tapi siaran Radio Galau juga bisa didengar di Seantero Dunia (bisa didengar di negara lain).

Oleh karena itu Radio Galau terus membuat strategi-strategi yang dapat menjaga dan meningkatkan kesetiaan pendengarnya. Lawrence R. Jauch dan William F Glueck (1998) strategi adalah sebuah rencana yang disatukan luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan serta dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dalam hal ini Radio

Galau berusaha memunculkan kelebihanannya dibanding radio lain agar bisa eksis di dunia penyiaran.

Maka dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang bagaimana strategi yang dibuat oleh Radio Galau sebagai Radio Internet di Indonesia.

1.2 Rumusan masalah

Dari latar belakang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi tentang Radio galau. Maka didapatlah rumusan masalah dari penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi Penyiaran Radio Galau sebagai Radio Internet.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengenal apa saja yang hendak dicapai. Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian bertujuan :

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian kali ini adalah mengetahui strategi penyiaran apa saja yang dilakukan Radio Galau.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian adalah untuk mengetahui Strategi Penyiaran Radio Galau agar tetap bisa eksis dibandingkan dengan kompetitornya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, seperti berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menambah kajian ilmu komunikasi. Dan bisa menerapkan teori-teori dalam bidang konsentrasi kepenyiaran (*broadcasting*) yang telah diberikan oleh pihak akademis dan buku-buku dengan kenyataan-kenyataan yang terjadi di masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bermanfaat untuk menambah wawasan dan pemahaman tentang bagaimana Strategi Penyiaran yang digunakan Radio Galau umumnya untuk mahasiswa Broadcasting dan khususnya untuk peneliti.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dan memberikan arahan bagi penelitian laporan agar menjadi satu kesatuan, maka penelitian terbagi dalam 5 BAB yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat akademis dan manfaat praktis).

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisikan, Tinjauan Pustaka, Penjelasan Konsep dan Kerangka Pemikiran, seperti berikut :

2.1 Komunikasi

2.2 Komunikasi Massa

2.3 Media Komunikasi

2.4 Media Massa

2.5 Internet

2.6 Definisi Strategi dan Penyiaran

2.6.1 Definisi Strategi

2.6.2 Definisi Penyiaran

2.6.3 Radio

2.6.3.1 Radio Internet

2.6.3.2 Karakteristik Radio

2.6.3.3 Fungsi Radio

2.6.3.4 Unsur-unsur Radio

2.6.3.4.1 Perangkat Siaran

2.6.3.4.2 Program Siaran

2.6.3.4.3 Crew Radio

2.6.3.4.4 Musik

2.6.3.4.4.1 Definisi Musik

2.6.3.4.4.2 Genre Musik

2.10 Kerangka Pemikiran

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan metodologi yang digunakan, mendefinisikan unit-unit analisis, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen, analisis data.

BAB IV : ANALISA PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan yang didapat peneliti dan saran yang akan diberikan kepada pihak-pihak yang bersangkutan.