

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

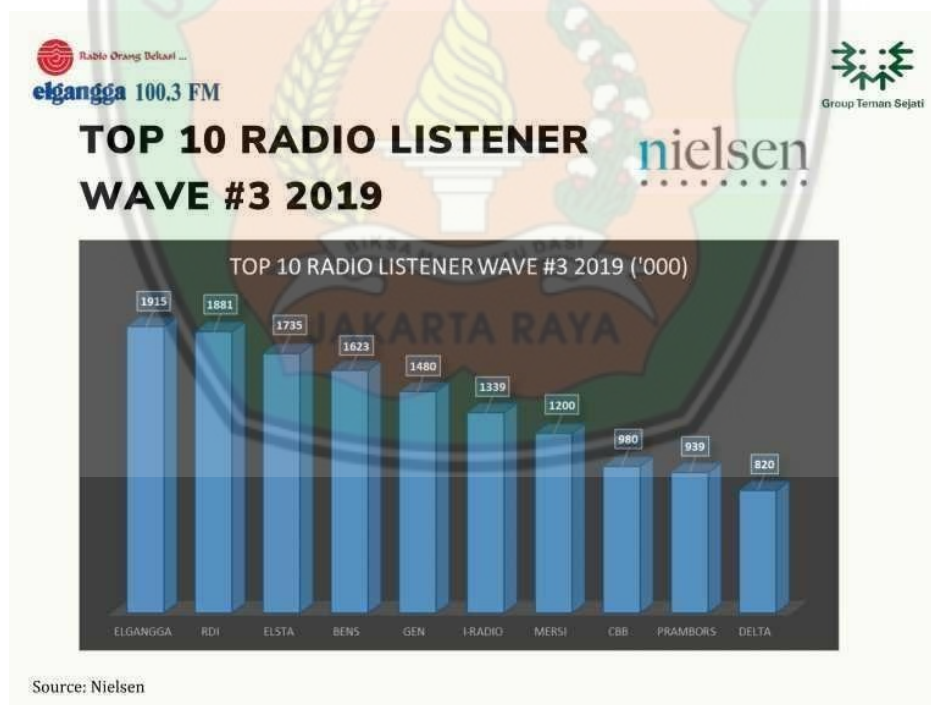
Manusia sebagai makhluk sosial akan saling membutuhkan satu sama lain, terlebih khusus untuk melangsungkan kehidupan. Dalam berinteraksi sosial, manusia tidak akan terlepas dari kebutuhannya yaitu untuk mendapatkan informasi maupun hiburan. Maka dari itu, diciptakanlah sebuah teknologi canggih untuk memudahkan masyarakat dalam berinteraksi maupun menemukan informasi. Era modern ini, banyak sekali media massa yang digunakan untuk mendapatkan informasi maupun hiburan, karena semakin canggihnya teknologi yang berkembang hampir setiap tahunnya.

Radio merupakan salah satu media massa elektronik terlama sebelum munculnya televisi. Selain itu, radio adalah media massa yang bersifat auditif, yakni hanya bisa mengeluarkan suara tanpa video atau visual, serta isi siarannya yang hanya sepiantas lalu sehingga tidak dapat diulang. Menurut Stanley R. Alten, suara dalam radio adalah sebuah kombinasi yang timbul dan berasal dari suatu suara kemudian termediasi oleh teknologi hingga menimbulkan gabungan imajinasi oleh pendengar (Masduki, 2015). Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar yang disebut dengan *theatre of mind*. Jadi, pendengar hanya bisa membayangkan apa yang disampaikan oleh penyiar lewat ungkapan atau suara yang terdengar. Radio juga merupakan media massa yang mudah dan murah. Hanya dengan membeli perangkat radio, lalu dapat langsung digunakan tanpa membayar lagi atau tanpa menggunakan layanan internet.

Radio nasional merupakan radio yang berlandaskan dasar negara untuk mencapai tujuan negara. Sedangkan radio lokal atau radio swasta diarahkan untuk membangun jaringan bisnis. Jaringan yang dimaksud merupakan bentuk kerjasama antar individu maupun lembaga. Terjalinnnya hubungan kerjasama itu dilandasi nilai – nilai dan prinsip yang memiliki kesamaan pada tujuan (Haryono, 2012).

Yusuf (2011) mengatakan bahwa Radio lokal atau daerah merupakan media yang terbit dan beroperasi di daerah. Dalam arti, informasi yang dimuat adalah mayoritas berisi informasi dari daerah tersebut. Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang masih menggunakan radio untuk mendapatkan berbagai informasi dan sebagai sarana hiburan. Radio Elgangga yaitu dengan saluran 100.3 FM merupakan radio lokal Bekasi yang didirikan pada tanggal 17 Mei 1971. Namun, sebelumnya berada di Bandung dan mulai mengudara pada tanggal 6 Februari 1986, kemudian dipindahkan ke Bekasi. Radio yang berlabel dangdut ini telah mengudara selama kurang lebih 36 tahun, dan menjadi radio No 1 yang memiliki pendengar terbanyak di JABODETABEK berdasarkan survei AC Nielsen (dikutip dari <https://www.radioelgangga.com/radio-terbaik-bekasi/> pada 15 April 2021).

(Lihat Gambar 1.1)



Gambar 1.1 Top 10 Radio Listener Wave #3 2019

(Sumber: Nielsen)

Radio Elgangga merupakan radio swasta dan memiliki identitas dangdut. Radio Elgangga memiliki format siaran dengan presentase 40% hiburan, 30% informasi, dan 30% pendidikan. Selain itu, Radio Elgangga memiliki format musik dengan presentase 60% dangdut, 30% pop, dan 10% daerah (dikutip dari [https://www.prssnijabar.or.id/radio\\_detail?nama=Elgangga](https://www.prssnijabar.or.id/radio_detail?nama=Elgangga) pada tahun 2018). Dibalik proses siaran, terdapat SDM (Sumber Daya Manusia) pada sebuah radio. SDM sangatlah penting bagi radio sebagai bentuk kerjasama sebuah kelompok, yaitu dengan menggunakan kemampuan masing – masing untuk dituangkan ke dalam dunia penyiaran (Masduki, 2001). Suatu pengembangan kapasitas SDM dapat berupa pengetahuan yang luas tentang berbagai komunikasi manusia dan kebutuhan dalam keseluruhan sistem. Undang – Undang Penyiaran di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. 1) Stasiun penyiaran swasta;

2) Stasiun penyiaran berlangganan; 3) Stasiun penyiaran publik; dan 4) Stasiun penyiaran komunitas. Keempatnya memiliki fungsinya masing – masing yang akan menjadi bagian penting dalam sistem penyiaran di Indonesia. Stasiun swasta memiliki ketentuan dalam undang – undang penyiaran yang menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia. Bersifat komersial berarti memang bertujuan untuk mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan serta usaha lainnya terkait penyelenggaraan penyiaran (UU Penyiaran 2003).

Siaran radio dijadikan alternatif oleh masyarakat sebagai sumber informasi, karena saat itu hingga sekarang masih banyak orang yang memiliki kondisi tidak mampu atau tidak suka membaca. Dan dengan kehadiran teknologi komunikasi seperti siaran radio internet, siapapun dapat memperoleh informasi tanpa batas (Rihartono, 2015). Di zaman modern ini, radio tidak hanya berupa radio pemerintahan tetapi juga perusahaan – perusahaan yang mendirikan stasiun radio tumbuh cukup subur di Indonesia. Hampir di setiap daerah di Indonesia memiliki stasiun radio. Industri media saat ini adalah sesuatu yang unik, artinya mereka dapat menghasilkan beberapa keuntungan. Yang pertama yakni media massa elektronik diukur dari *rating*. Yang kedua adalah media analog melakukan penjualan iklan. Selanjutnya pengiklan berinteraksi dengan audiens melalui konten programnya. Adanya permintaan sebuah

konten media membuat perusahaan memasang harga iklan yang cukup tinggi. Namun, ketika *rating* sedang turun, maka hal tersebut berpengaruh kepada penurunan pemasukan keuangan perusahaan tersebut. Sebagai radio swasta yang sudah lama berdiri, Radio Elangga masih terus mengudara sampai saat ini. Namun, pembaharuan yang dilakukan Radio Elangga belum banyak diketahui oleh masyarakat, terutama dikalangan remaja. Remaja saat ini lebih fokus terhadap media sosial untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Radio Elangga sendiri memiliki akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*. Tetapi, keterlibatan Radio Elangga pada media sosial masih minim.



Gambar 1.2 Facebook Radio Elangga 100.3 FM Bekasi  
(Sumber: Facebook Radio Elangg 100.3 FM Bekasi)

Pada gambar 1.2 terdapat sebuah postingan dari akun Facebook Radio Elangga, dimana akun tersebut terakhir kali memposting informasi pada tahun 2015.



Elangga 100,3 FM

@ElanggaFM

Hai Hai .....!!

Yg uda standby siapin lagu [#dangdut](#)

[#PopIndonesia](#)

ato [#kirimsalam](#) dari Mitra di gelaran

[#Mudeng](#) yaa

Yuk.. cap cuss tulis di kolom

komentarnya INSTAGRAM

ELGANGGAFM ya !

[#ElanggaFM](#)

Terjemahkan Tweet

13:00 · 14 Apr 22 · Twittimer



Gambar 1.3 Twitter Radio Elangga 100.3 FM Bekasi

(Sumber: @ElanggaFM)

Pada gambar 1.3 terdapat sebuah postingan dari Twitter @ElanggaFM yaitu memposting informasi siaran tetapi tidak ada respon *like*, *reply*, maupun *retweet* dari pengikut (*followers*) Radio Elangga.



Gambar 1.4 Instagram Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi  
(Sumber: @elganggafm)

Pada gambar 1.4 terdapat sebuah postingan dari akun Instagram Radio Elgangga yaitu postingan informasi siaran Radio Elgangga dengan jumlah *like* dan *comment* yang tidak banyak.

Selain itu, Radio Elgangga memiliki kompetitor yang cukup bagus di kalangan masyarakat yaitu RDI (Radio Dangdut Indonesia) 97.1 FM Jakarta, yang merupakan radio dari segala kalangan dengan format Dangdut, Pop, Melayu hingga Campursari. RDI memiliki target pendengar dari kalangan buruh, ibu rumah tangga, ojek online, pedagang, UMKM Mikro, dan lainnya dengan rentang usia 20 tahun sampai keatas. Sehingga RDI berkomitmen sebagai radio musik Indonesia paling eksis. RDI juga memiliki daya pancar yang luas yaitu wilayah Jabodetabek dan sekitarnya, serta bisa diakses melalui internet yaitu [www.rdifm.co.id](http://www.rdifm.co.id), channel 501 MNC Vision, atau melalui aplikasi RCTI+ (dikutip dari <https://rdifm.co.id/about-us#gsc.tab=0>). Selain RDI 97.1 FM, adapun radio – radio lain khususnya radio yang ada di Bekasi yang tak kalah eksis yaitu Radio Nada Komunikasi Utama (Dakta), Radio Attaqwa, dan radio lainnya. Sehingga persaingan antar industri penyiaran khususnya radio sangatlah ketat.

Selanjutnya, tingginya kebutuhan masyarakat akan mendorong industriradio untuk menghadirkan sesuatu yang baru pada media massa. Sehingga mengharuskan stasiun radio melakukan langkah tersebut agar memposisikan diri di pasar dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang berbeda. Maka, perlu diketahui bahwa target audiens sangat berhubungan dengan media, yaitu untuk menjangkau kelompok – kelompok tertentu. Setelah diamati lebih jauh, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perkembangan teknologi pada Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan eksistensinya dengan menggunakan konseptualisasi *Mediamorfosis*. Karena bahwasanya adanya teknologi informasi saat ini merupakan fenomena pendorong media agar dapat melakukan perubahan digital dibidang penyiaran dan juga sesuai dengan kebutuhan Radio Elgangga. Sehingga Radio Elgangga memerlukan inovasi baru serta mengembangkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan pengetahuan yang lebih luas lagi agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk terus mendengarkannya.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penentuan fokus penelitian lebih diarahkan kepada kapaitas kemampuan sumber daya manusia di Radio Elgangga. Bagaimana mereka mengelola program – program serta media sosial Radio Elgangga ketika mengalami penurunan.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, pertanyaan pada masalah penelitian yaitu “Bagaimana mediamorfosis Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan eksistensi dan persaingan industri penyiaran”.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Peneliti ingin mengetahui transformasi siaran radio pada Radio Elgangga dalam mempertahankan eksistensi dan persaingan industri penyiaran.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Diharapkan dapat memberikan masukan setelah diadakan penelitian pada informan. Serta menjadi referensi bagi para pembaca mengenai perkembangan pada Radio Elgangga dalam mempertahankan eksistensi dan persaingan industri penyiaran.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Diharapkan dapat bermanfaat pada bidang ilmu komunikasi dunia penyiaran khususnya yang berkaitan dengan mediamorfosis Radio Elgangga dalam mempertahankan eksistensi dan persaingan industri penyiaran, sehingga menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi radio Elgangga.