BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang sangat cepat telah berdampak pada kebutuhan masyarakat akan hiburan dan informasi. Kondisi ini tentunya menimbulkan ancaman bagi media penyiaran yang berfungsi sebagai sarana hiburan dan penyebaran informasi. Oleh karena itu, media penyiaran perlu menanggapi perubahan teknologi tersebut agar dapat terus eksis di tengah masyarakat. Upaya tersebut mencakup integrasi dengan teknologi internet dan pengembangan jaringan, terutama bagi media penyiaran lokal seperti radio yang menggunakan frekuensi pendek. Radio adalah salah satu bentuk media massa yang digemari oleh masyarakat Indonesia sebagai sumber hiburan dan informasi. (Trinoviana, 2017).

Karakteristiknya yang akrab membuat pendengar merasa bahwa hiburan dan informasi yang disampaikan lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Di era media baru saat ini, radio dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan media modern. Hal ini disebabkan oleh kemudahan masyarakat dalam mengakses internet di berbagai aktivitas, yang didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi. Masyarakat cenderung menggunakan satu perangkat untuk melakukan dua aktivitas sekaligus, yaitu mengakses internet sambil mendengarkan radio. (Trinoviana, 2017).

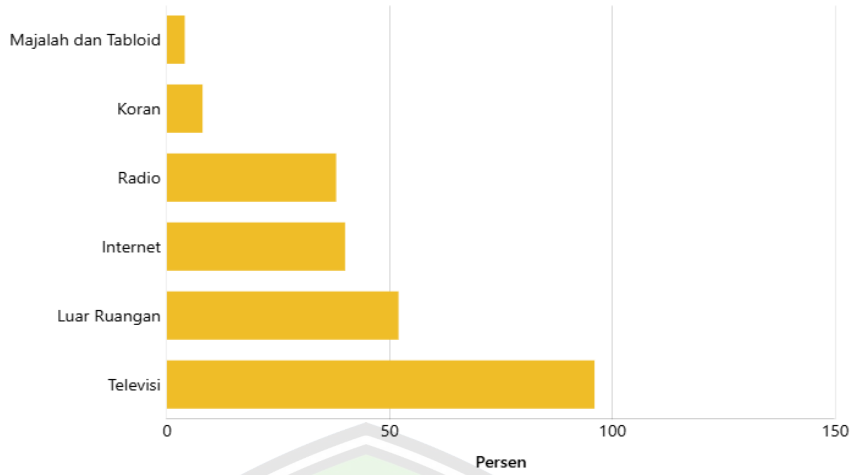
Perkembangan radio di Indonesia terus menunjukkan kemajuan yang signifikan, meskipun kini harus menghadapi berbagai tantangan yang ditimbulkan oleh kemunculan media baru. Pada era Orde Baru, radio berfungsi sebagai alat utama dalam menyebarkan informasi yang dikendalikan sepenuhnya oleh pemerintah. Meskipun demikian, radio tetap mampu bertahan hingga saat ini dengan jangkauan yang luas dan kapasitas untuk menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu kelebihan utama

Strategi Mempertahankan.., Mohammad Fajrin Bunyamin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

radio adalah kemampuannya untuk menyajikan konten lokal yang menarik, seperti acara musik, berita, dan interaktif yang masih banyak diminati oleh masyarakat, terutama di pendengar wanita dan keluarga dengan menyuguhkan lagu-lagu berjenis easy listening dan oldies. Pertumbuhan pesat radio swasta dan media baru di era digital menciptakan persaingan yang semakin ketat. Banyak radio swasta, seperti Prambors, Gen FM, dan Hard Rock FM.

Industri penyiaran saat ini semakin kompetitif, di mana radio tidak hanya bersaing dengan sesama stasiun radio, tetapi juga dengan berbagai platform digital yang menawarkan konten lebih fleksibel. Radio swasta seperti Prambors, Gen FM, dan Hard Rock FM semakin agresif dalam mengadopsi teknologi digital untuk menarik pendengar muda (Putra, 2023). Selain itu, munculnya platform streaming seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube Music membuat audiens lebih leluasa memilih konten sesuai keinginan mereka tanpa batasan waktu dan tempat (Santoso, 2024). Perubahan kebiasaan masyarakat yang lebih banyak mengonsumsi konten digital dibandingkan siaran radio konvensional menjadi tantangan besar bagi RRI PRO2 Jakarta dalam mempertahankan audiensnya (Wibowo, 2023). Oleh sebab itu, adaptasi melalui strategi konvergensi media menjadi suatu keharusan agar tetap bisa bersaing. Langkah ini mencakup penguatan platform digital, pemanfaatan media sosial, serta diversifikasi konten seperti podcast dan live streaming agar lebih relevan dengan kebutuhan audiens masa kini (Suryanto & Hidayat, 2022).

Berdasarkan pada diagram batang, radio memiliki proporsi yang cukup menonjol dalam persaingan media, meskipun masih berada di bawah televisi dan media luar ruang. Dibandingkan dengan koran serta majalah dan tabloid, radio menunjukkan keunggulan dengan persentase yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa radio tetap berperan dalam distribusi informasi, meskipun harus menghadapi persaingan ketat dari televisi dan media digital yang lebih dominan.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Digital

(Sumber: www.databoks.katadata.co.id, 2024)

Industri radio di Indonesia menghadapi persaingan yang semakin ketat seiring dengan meningkatnya penggunaan media digital, sehingga mendorong stasiun radio untuk terus berinovasi demi mempertahankan keberadaannya. Menurut survey yang dilakukan oleh Nielsen pada tahun 2016 yang dikutip dari laman Databoks, konsumsi musik melalui layanan streaming mengalami lonjakan sebesar 76,4% pada tahun 2024 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana 80% pendengar musik telah menggunakan platform streaming dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Meski demikian, radio tetap menjadi salah satu media utama dalam menemukan lagu baru, dengan 66% pendengar masih mengandalkannya untuk mencari musik favorit mereka.

Laporan Nielsen juga mencatat bahwa radio memiliki cakupan mingguan tertinggi, dengan 93% populasi mendengarkan siaran radio setiap minggunya. Selain itu, rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan radio hampir mencapai dua jam 45 menit per hari, menjadikannya media yang paling banyak dikonsumsi setelah televisi dan lebih dominan dibandingkan aplikasi atau situs web di perangkat seluler serta internet di komputer. Dalam dunia periklanan, meskipun belanja iklan secara global didominasi oleh media digital sebesar 54% dan televisi 39%, radio tetap mendapat porsi 7%, menunjukkan bahwa meskipun menghadapi persaingan dengan platform digital, radio masih memiliki daya tarik tersendiri bagi industri periklanan.

Walaupun data yang tersedia lebih banyak bersifat global, tren ini mencerminkan kondisi yang serupa di Indonesia. Oleh karena itu, industri radio nasional perlu lebih proaktif dalam memanfaatkan teknologi digital agar tetap kompetitif serta mampu menarik audiens yang mulai beralih ke media berbasis internet.

Selain media sosial, podcast juga menjadi salah satu bentuk transformasi digital yang dapat diadopsi oleh radio. Podcast memungkinkan radio untuk menyajikan konten yang dapat diakses kapan saja oleh audiens. Dengan format ini, RRI dapat memproduksi program-program unggulan yang relevan dengan tren saat ini, seperti diskusi isu sosial, cerita inspiratif, dan wawancara dengan tokoh terkenal. Konten on-demand seperti ini sangat diminati oleh generasi muda yang lebih menyukai fleksibilitas dalam mengakses informasi (Prasetya & Rahmawati, 2023).

Digitalisasi juga membuka peluang bagi radio untuk memanfaatkan teknologi berbasis data, seperti analitik pendengar. Dengan menganalisis data perilaku audiens, radio dapat memahami preferensi pendengar dan menyusun strategi konten yang lebih efektif. Misalnya, jika data menunjukkan bahwa audiens lebih banyak mendengarkan program musik di sore hari, stasiun radio dapat mengoptimalkan program musik pada waktu tersebut. Pendekatan berbasis data ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga membantu radio dalam mengidentifikasi peluang pasar yang lebih luas (Trinoviana, 2017).

Dengan segala tantangan dan peluang yang ada, transformasi digital dalam industri radio merupakan langkah yang tidak dapat dihindari. Radio tradisional, seperti RRI, perlu terus berinovasi dan beradaptasi agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara strategis, membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, serta menjalin kolaborasi yang efektif, RRI memiliki peluang besar untuk tetap menjadi salah satu media utama di Indonesia. Transformasi ini bukan hanya soal mempertahankan eksistensi, tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah bagi pendengar di era digital yang serba dinamis

(Suryanto & Hidayat, 2022).

Selain itu, kehadiran platform digital seperti Spotify, Joox, dan Apple Music telah meningkatkan intensitas persaingan. Platform ini tidak hanya menawarkan musik tanpa jeda iklan, tetapi juga memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih personal melalui fitur seperti playlist yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Radio tradisional perlu mengejar ketertinggalan ini dengan menyediakan layanan serupa agar tetap dapat bersaing (Prasetya & Rahmawati, 2023).

Radio juga menghadapi tantangan dari media sosial yang menjadi platform utama bagi generasi muda untuk mengakses informasi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh We Are Social pada tahun 2024, sekitar 80% pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu mereka di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Hal ini menunjukkan bahwa radio tradisional perlu mengintegrasikan kontennya dengan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas (We Are Social, 2024).

Dalam konteks RRI, penguatan strategi digital menjadi keharusan untuk meningkatkan daya saing. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan program-program eksklusif yang hanya tersedia di platform digital. Sebagai contoh, RRI dapat memproduksi podcast yang membahas isu-isu lokal atau menyiarkan konser musik secara langsung melalui streaming. Langkah ini tidak hanya meningkatkan daya tarik audiens, tetapi juga memperluas jangkauan pendengar ke luar daerah siaran tradisional (Trinoviana, 2017).

Dengan segala tantangan dan peluang yang ada, transformasi digital dalam industri radio merupakan langkah yang tidak dapat dihindari. Radio tradisional, seperti RRI, perlu terus berinovasi dan beradaptasi agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara strategis, membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, serta menjalin kolaborasi yang efektif, RRI memiliki peluang besar untuk tetap menjadi salah satu media utama di Indonesia. Transformasi ini bukan hanya soalmempertahankan eksistensi, tetapi juga tentang

menciptakan nilai tambah bagi pendengar di era digital yang serba dinamis (Suryanto & Hidayat, 2022).

Menghadapi tantangan tersebut, radio, termasuk Radio Republik Indonesia (RRI), perlu melakukan transformasi agar tetap relevan dan kompetitif dalam pasar media yang semakin didominasi oleh teknologi digital. Perubahan teknologi telah mengharuskan RRI untuk beradaptasi, dengan merambah ke platform digital agar bisa mencapai audiens yang lebih luas. Transformasi ini juga penting agar RRI tetap mengikuti perkembangan tren digital yang sangat digemari oleh generasi muda yang terbiasa menggunakan perangkat digital. Dengan digitalisasi, RRI memiliki peluang untuk menawarkan beragam konten yang lebih variatif dan interaktif, seperti siaran langsung melalui streaming, podcast, dan aplikasi mobile yang memberikan kemudahan bagi pendengar untuk mengakses siaran kapan saja dan di mana saja. Langkah ini menjadi penting untuk mempertahankan daya tarik dan eksistensi RRI di tengah persaingan media yang semakin ketat (Suryanto & Hidayat, 2022).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana PRO2 RRI Jakarta mengadopsi dan mengimplementasikan strategi konvergensi media untuk mempertahankan eksistensi di era digital. Ini mencakup penggunaan teknologi digital, media sosial, dan layanan streaming dalam memperluas jangkauan audiens.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Konvergensi Media untuk meningkatkan audiens RRI Pro2 Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi konvergensi media yang diterapkan oleh PRO2 RRI Jakarta dalam rangka mempertahankan eksistensi dan relevansi di era digital.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan memperkaya literatur ilmiah dalam bidang komunikasi dan penyiaran, khususnya terkait konvergensi media di lembaga penyiaran publik seperti Radio Republik Indonesia (RRI). Dengan fokus pada adaptasi RRI PRO2 di era digital, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi studi-studi selanjutnya yang membahas transformasi media tradisional.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. **Bagi RRI Pro2 Jakarta**

   Penelitian ini akan memberikan rekomendasi yang relevan tentang strategi konvergensi media yang dapat dioptimalkan untuk memperkuat posisi mereka dalam persaingan media digital. Hal ini akan membantu PRO2 memahami tantangan yang harus dihadapi serta peluang yang bisa dimanfaatkan di era digital.

2. **Bagi Lembaga Penyiaran Tradisional Lainnya**

   Hasil penelitian ini bisa menjadi panduan praktis untuk mengembangkan strategi transformasi digital guna bertahan di tengah perubahan lanskap media, serta menciptakan model bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan.