

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang saat ini berkembang pesat mempengaruhi kebutuhan informasi serta hiburan di masyarakat. Hal ini juga berdampak pada media massa konvensional. Media konvensional yaitu media komunikasi yang dapat mengirimkan atau menerima pesan yang dipakai sebagai kebutuhan informasi dan ditemukan terlebih dahulu sebelum adanya media baru. Oleh sebab itu, media konvensional disebut juga sebagai media massa karena dapat menyebarkan informasi kepada khalayak mengenai segala sesuatu dengan jangkauan yang luas dan dalam waktu yang singkat.

Media konvensional dibedakan menjadi dua, yaitu media cetak dan media penyiaran. Media cetak merupakan media dimana penyebaran informasinya melalui proses pencetakan seperti surat kabar, majalah, tabloid. Berbeda dengan media penyiaran, dimana media penyiaran adalah media yang penyebaran informasinya dalam bentuk siaran, seperti radio dan televisi.

Media massa konvensional saat ini semakin meredup karena adanya media baru (*new media*). Menurut Denis McQuail (2011), media baru adalah wadah semua

pesan komunikasi bisa terpusat dan mudah untuk disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan *audiens* untuk meningkatkan proses interaksi dan komunikasi.

Media baru ini terbentuk karena adanya kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi, seperti pada teknologi digital atau komputer dan internet. Dengan media baru, orang bisa lebih mudah dan cepat dalam mengakses segala hal. Tidak hanya mendapatkan informasi, dengan kecanggihan teknologi ini kita juga bisa melakukan komunikasi dua arah kepada siapapun dan dimanapun dengan waktu yang singkat dan cepat.

Hal ini tentu membuat perbedaan yang mencolok dari kedua media tersebut, dimana media massa konvensional dinilai masyarakat dimasa sekarang tidak efektif lagi untuk digunakan. Media massa konvensional khususnya media penyiaran seperti radio yang bersifat satu arah tentunya merasa terancam dengan adanya media baru yang dinilai lebih efektif.

Hal ini diperkuat dengan hasil survey, Badan Pusat Statistic 2019, Popularitas radio semakin menurun setelah bersaing dengan televisi, sekarang pendengarnya banyak beralih ke beragam media sosial di internet. Hingga kini, jumlah pendengar radio di Indonesia hanya berjumlah 13,31% saja dari total penduduk Indonesia (Nasution, 2018). Di tahun 2020, adanya pandemi Covid-19 membuat pendengar Radio mengalami peningkatan. Hal tersebut berasal dari hasil survei Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) yang menunjukkan, jumlah pendengar tahun

2020 mengalami peningkatan sebanyak 31% dari tahun 2019. Peningkatan ini tidak mengubah fakta bahwa media massa konvensional Radio tetap kalah bersaing dengan media baru.

Maka dari itu, salah satu cara yang saat ini digunakan media penyiaran khususnya radio untuk merespon perubahan teknologi yang saat ini terjadi serta agar tetap mampu mempertahankan eksistensinya adalah dengan melakukan konvergensi media.

Kebutuhan terhadap interaktivitas komunikasi yang memungkinkan orang untuk berbagi sesuatu tanpa karakteristik *delay* inilah yang menjadi titik lemah teknologi konvensional dan sebaliknya menjadi salah satu dasar berkembangnya tren konvergensi. Konvergensi media membuat khayalak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang semakin beragam pula (Grant & Wilkinson, 2009).

Konvergensi media adalah suatu penggabungan atau menyatukan media. Seperti halnya media massa konvensional radio melakukan penggabungan dengan media baru untuk dapat menyebarkan informasi dan konten secara luas kepada khayalak dengan penggunaan internet atau media digital. Tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga dapat menambah dan mempertahankan pendengar dengan membagikan konten – konten yang menarik di media sosial.

Radio di Indonesia saat ini mulai mengalami perkembangan dari pola konvensional menuju pola yang modern ditandai dengan muncul dan aktif di berbagai jejaring sosial untuk menyebarkan informasi dan berbagi konten. Salah satunya yaitu MGTRADIO.

Jejaring sosial merupakan bentuk dari media sosial yang dapat memberikan informasi dengan jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses oleh siapapun. Suatu media yang melakukan konvergensi dalam proses pelaksanaannya tentu akan mengalami berbagai perubahan, baik dari proses, sistem kerja, hingga produk dan konten berita. Begitu pun dengan media penyiaran MGTRADIO yang melakukan konvergensi dari bentuk siaran radio yang hanya bisa didengar dan diakses melalui perangkat radio saja hingga mendirikan berbagai media sosial yang dapat memberikan informasi dengan jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses oleh siapapun, mulai dari twitter, instagram, dan facebook dengan username *@mgtradio*.

Penggunaan media sosial yang dilakukan media penyiaran radio untuk memberikan informasi dan memperluas pasar audience merupakan hal yang efektif dilakukan, karena di era media baru saat ini media sosial merupakan suatu kebutuhan bagi kebanyakan orang, entah itu untuk kebutuhan informasi maupun hiburan Perluasan pasar *audience* disini bukan hanya untuk menambah pendengar saja, tetapi juga hal ini berpengaruh terhadap penawaran iklan yang masuk ke radio. Artinya, iklan di radio tidak hanya melalui siaran, tetapi juga dapat dilakukan di media sosial radio tersebut. Akan banyak bermunculan berbagai pihak perusahaan untuk melakukan penawaran, jika pengikut media sosial tersebut aktif dan banyak. Tentu saja, ini merupakan suatu keuntungan tersendiri bagi media radio tersebut.

Hasil laporan perusahaan media asal Inggris, *We Are Social*. Bekerja sama dengan *Hootsuite*, keduanya merilis laporan "*Digital 2021: The Latest Insights Inti The State*

of Digital" yang diterbitkan pada 11 Februari 2021. Laporan ini berisi hasil riset mengenai pola pemakaian media sosial di sejumlah negara, termasuk di Indonesia. Menurut laporan tersebut, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini juga meningkat 10 juta, atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun lalu. Nama Indonesia sendiri tercatat dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan media sosial. Posisi Indonesia berada di peringkat sembilan dari 47 negara yang dianalisis. Sebanyak 168,5 juta orang Indonesia menggunakan perangkat mobile, seperti smartphone atau tablet untuk mengakses media sosial, dengan penetrasi 99 persen. Masih dalam laporan yang sama, pada Januari 2021, pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 202,6 juta dengan penetrasi 73,7 persen. Dari total 202,6 juta pengguna internet di Indonesia, 96,4 persen di antaranya menggunakan smartphone untuk mengakses internet (Stephanie, 2021).

Hasil jumlah pengguna internet tersebut telah membuktikan bahwa masyarakat Indonesia pada saat ini cenderung beralih menggunakan media baru, yakni media berbasis internet, karena kemudahan dan keefektifan yang didapat dalam menggunakannya. Mulai dari kalangan muda hingga dewasa sudah tidak asing lagi dengan kecanggihan teknologi ini, secara tidak langsung internet juga sudah menjadi suatu kebutuhan bagi penggunanya.

Waktu yang dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses internet per hari rata-rata yaitu 8 jam 52 menit. Berdasarkan aplikasi yang paling banyak digunakan, secara berurutan posisi pertama adalah YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, lalu Twitter. Menurut laporan, waktu yang dihabiskan pengguna WhatsApp di Indonesia yaitu sekitar 30,8 jam per bulan, Facebook 17 jam per bulan, Instagram 17 jam per bulan, TikTok 13,8 jam per bulan, kemudian Twitter 8,1 jam per bulan (Stephanie, 2021).

Oleh karena itu, dengan munculnya smartphone dan media online (internet) sebagai media baru dalam berkomunikasi memberikan dampak positif terhadap media yang lain, termasuk juga media massa konvensional radio.

Melalui konvergensi media, media penyiaran radio dapat memanfaatkan berbagai media sosial yang ada untuk menyampaikan berita, informasi dan hiburan serta membagikan konten kepada masyarakat luas. Konvergensi media juga memungkinkan pendengar atau khayalak media massa untuk dapat berinteraksi sehingga komunikasi yang didapat tidak hanya bersifat satu arah saja. Maka dari itu, media penyiaran khususnya radio dapat berkembang beriringan dengan melesatnya kecanggihan teknologi. Dengan banyaknya jumlah pengguna yang mengakses media digital seperti website dan media sosial, MGTRadio memanfaatkan hal tersebut dengan mengembangkan konten – konten yang kreatif dan menarik sehingga dapat menyongsong pendengar baru.

MGTRadio bersegmen dewasa dan muda ini telah beradaptasi seiring dengan perkembangan digitalisasi, karena hal ini merupakan suatu pertahanan yang dapat dilakukan untuk mampu bersaing dengan radio lainnya. Apabila suatu instansi media radio tidak mampu beradaptasi dan melakukan gebrakan, maka eksistensi dari radio itu sendiri pun tidak akan terjamin di masa depan. Beberapa point yang membuat MGTRadio memiliki strong point untuk terus memperluas dan mempertahankan pendengarnya selain dengan penggunaan berbagai platform media sosial, MGTRadio juga memiliki OB van yang digunakan untuk siaran di luar studio serta jangkauan daya siar yang luas. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat mengkaji suatu permasalahan yang ada di MGTRadio Bandung, maka dari itu peneliti dapat meneliti dengan judul **“KONVERGENSI RADIO DALAM UPAYA PERLUASAN PENDENGAR DAN PENGEMBANGAN KONTEN”**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian, maka peneliti melakukan penelitian yang menjadi perhatian utama adalah bagaimana **KONVERGENSI RADIO DALAM UPAYA PERLUASAN PENDENGAR DAN PENGEMBANGAN KONTEN PADA MGTRADIO?**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik konvergensi teknologi yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam upaya perluasan pendengar dan pengembangan konten digital?
2. Bagaimana praktik konten multimedia yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam upaya perluasan pendengar dan pengembangan konten digital?
3. Bagaimana praktik kolaborasi dan koordinasi yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam upaya konvergensi tersebut ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai syarat ujian sidang strata satu(S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktek konvergensi teknologi yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam upaya memperluas pendengar dan pengembangan konten digital.
2. Untuk mengetahui praktek konten multimedia yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam upaya memperluas pendengar dan pengembangan konten digital.

3. Untuk mengetahui praktek kolaborasi dan koordinasi yang dilakukan MGT Radio Bandung dalam melakukan upaya konvergensi.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dilakukan terbagi atas dua yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis, yaitu sebagai berikut :

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktek konvergensi dalam upaya perluasan pendengar dan pengembangan konten yang dilakukan MGT Radio 101.1 FM Bandung.
2. Memberikan tambahan wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi dalam kaitannya dengan Media Massa Radio
3. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang disiplin Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan media massa radio dan menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Peneliti dapat mengetahui secara langsung bagaimana praktik konvergensi dalam upaya perluasan pendengar dan pengembangan konten di MGT RADIO 101.1 FM Bandung. Selain itu dapat memberi bahan masukan kepada institusi/lembaga

terkait untuk selalu berinovasi dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat dalam kebutuhan masyarakat mengenai informasi.

2. Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.