

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan suatu alat untuk menyebarkan informasi kepada khalayak umum, media massa juga dapat diartikan sebagai media atau alat komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara meluas. Penyebaran informasi tersebut dapat diakses oleh khalayak umum. Media massa juga menjadi salah satu pemenuh kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan keingintahuan.

Secara istilah media juga bisa diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan menurut Kiki Hasanah media massa merupakan saluran komunikasi masa yang berguna untuk menyampaikan informasi atau pesan ke pada khalayak luas, (Hasanah & Nasution 2021). Pada dasarnya media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek dalam kehidupan di masyarakat, mulai dari Pendidikan, sosial, ekonomi, politik, agama ataupun hiburan.

Melihat perkembangan media yang akhir-akhir ini semakin meningkat dari tahun ke tahun, membuat masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala macam informasi yang di inginkan. Kebutuhan akan informasi ini yang menjadikan masyarakat lebih aktif dan selektif dalam memilih media informasi agar dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan, tentu hal ini sangat berkaitan erat dengan media massa, baik media elektronik maupun media cetak seperti televisi, radio, koran, majalah dan lain sebagainya (Nadin, 2021).

Media massa seperti halnya radio, menjadi salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat. Media massa yang cukup familiar di seluruh penjuru dunia

menjadi salah satu media yang masih bertahan di era digital seperti sekarang ini. Walaupun kepopuleran dari media ini tak seperti awal mula kemunculan nya, radio masih di percaya sebagai media massa yang di sukai oleh masyarakat karena memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi maupun hiburan yang mampu membuat hubungan optimisme antara penyiar dan juga pendengarnya (Putra, 2019). Jadi tak heran walaupun pada era digital seperti sekarang ini radio masih cukup di minati oleh sebagian masyarakat, walaupun generasi sekarang jarang sekali tertarik dengan media massa satu ini, karena banyaknya media – media baru yang bermunculan dan memiliki fitur jauh lebih menari ketimbang media massa seperti radio, televisi dan juga surat kabar.

Berkembangnya era digital diawali dengan kemunculan nya internet di tengah-tengah masyarakat. dengan adanya media seperti internet menambah kemudahan masyarakat untuk dapat mengakses atau memperoleh informasi jauh lebih mudah dari pada yang sebelumnya. Bukan hanya dari segi kemudahan untuk memperoleh informasi saja tetapi adanya internet sangat membantu segala aspek kehidupan yang ada di masyarakat, mulai dari kemudahan memperoleh Pendidikan, ekonomi, sosial atau politik (Nadin, 2021).

Kemudahan untuk dapat mengakses jaringan internet yang sekarang ini sudah merambah jangkauannya dari kota-kota besar hingga ke desa, hal ini semakin memudahkan masyarakat untuk dapat mengakses informasi melalui media online (Gani, 2020). Dengan kehadiran media digital seperti ini tentunya memberikan dampak cukup besar terhadap eksistensi media konvensional seperti radio. Melihat hal ini tentunya media seperti radio perlu adanya adaptasi dan penyesuaiannya dengan perubahan kemajuan zaman agar dapat mempertahankan keberadaannya di tengah masyarakat.

Seperti pada saat ini, mudah bagi kebanyakan orang dapat mengakses internet atau dunia maya untuk mendapatkan baik informasi maupun hiburan melalui jejaring media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line, YouTube, dan media sosial lainnya. Hal ini membuat perusahaan media konvensional harus menghadapi persaingan yang ketat dari perkembangan media internet. Perusahaan media konvensional seperti radio harus lebih inventif dan imajinatif untuk menarik serta mempertahankan konsumennya. Jika perusahaan media konvensional seperti radio kalah dalam persaingan dan tidak dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang sedang berlaku di masyarakat, tentunya hal ini akan menjadi kekalahan bagi media radio dan berakhir dengan menghilangnya keberadaannya (Hasanah, 2021). Radio harus cukup fleksibel untuk dapat berbaur dengan teknologi sekarang, terutama internet. Jika tidak, radio akan tertinggal dan akhirnya mati. Agar radio siaran terus ada, manajemen radio harus ditingkatkan. Ia juga perlu memiliki rencana untuk bersaing dengan media sosial lainnya (Nasution, 2018).

Bicara mengenai keberadaan atau eksistensi, setiap media pasti pernah mengalami masa kejayaannya. Tetapi dengan masuknya era digital banyak juga media penyiaran yang kalah dengan perkembangan zaman dan berakhir hancur, hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS Ali Imran ayat 140:

إِنْ يَمَسُّكُمْ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَّ الْقَوْمَ قَرْحٌ مِّثْلُهُ ۚ وَتِلْكَ الْأَيَّامُ نُدَاوِلُهَا بَيْنَ النَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ الَّذِينَ
ءَامَنُوا وَيَتَّخِذَ مِنْكُمْ شُهَدَاءَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ

Artinya: “Jika kamu (pada perang Uhud) mendapat luka, maka sesungguhnya kaum (kafir) itu pun (pada perang Badar) mendapat luka yang serupa. Dan masa (kejayaan dan kehancuran) itu Kami pergilirkan diantara manusia (agar mereka mendapat pelajaran) dan supaya Allah membedakan orang-orang yang beriman (dengan orang-orang kafir) supaya sebagian kamu dijadikan-Nya (gugur sebagai) syuhada'. Dan Allah tidak menyukai orang-orang yang zalim “(Qs Ali Imran 3:140).

Menurut Tafsir Al-Muyassar ayat diatas menjelaskan bahwa jika kamu (kaum muslimin) mendapat luka sesungguhnya kaum tersebut juga mendapatkan luka yang serupa. Makna dari kata tersebut ialah bahwa jika kalian mengalami kekalahan maka sesungguhnya musuh-musuh kalian juga pernah mengalami kekalahan seperti kalian. Dan masa-masa itu kemudian kami (Allah) gilirkan antara kemenangan dan kekalahan, kami lakukan demikian itu karena kebijaksanaan kami (Allah) yang mengandung hikmah bagi kalian. Supaya sebagian dari kalian kami (Allah) jadikan syuhada untuk dapat memperoleh keridhaannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa massa kejayaan dan kehancuran itu sesungguhnya Allah bergilir kan, agar setiap manusia dapat pelajaran dari apa yang terjadi. Dalam ayat ini mengingatkan kita bahwasanya di dunia ini tidak ada yang abadi, semua yang ada sudah memiliki garis takdir nya masing masing, baik kepopuleran, rezeki, jabatan dan lainnya. Kita sebagai manusia hanya dapat berikhtiar dan bertawakal atas apa yang telah Allah tetapkan kepada kita.

Ayat ini juga menerangkan bahwa setiap kejayaan pasti akan ada akhir, seperti halnya media penyiaran yang mungkin pernah mengalami masa kejayaannya di era'90an dan memasuki era reversioner industry seperti sekarang ini banyak media-media baru yang mulai muncul dan eksis di masyarakat. Hal ini membuat media penyiaran seperti radio menjadi meredup, walaupun masih ada peminat media yang satu ini. Maka disini peneliti ingin mengetahui strategi manajemen apa yang dilakukan oleh Radio Slawi Ayu dalam menjaga eksistensinya di era digital seperti sekarang ini.

Radio sebagai media massa dapat bertahan dalam industri jika mendapatkan dukungan dari lingkungan penunjangnya. Ekologi media dan hubungan timbal balik antara radio dengan lingkungan penunjangnya memiliki peran penting dalam hal ini. Apabila sumber-sumber penunjang kehidupan media terbatas, persaingan dan perebutan akan terjadi. Terdapat tiga sumber utama yang menjadi penunjang kehidupan

radio sebagai industri: pertama, Modal (*capital*): Modal yang dibutuhkan oleh radio dapat berasal dari pemasukan iklan dan iuran berlangganan. Iklan menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi radio, sedangkan iuran berlangganan dapat memberikan pendapatan yang stabil. Kedua, Jenis konten (*type of content*): Konten yang disajikan oleh radio, seperti acara kuis, sinetron, dan informasi, juga mempengaruhi kehidupan radio sebagai industri. Konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pendengar dapat membantu radio mempertahankan dan menarik audiensi. Ketiga, Jenis khalayak sasaran (*type of audience*): Radio juga membutuhkan dukungan dari jenis khalayak sasaran yang sesuai dengan target pasar mereka. Misalnya, kalangan menengah ke atas, regional tertentu, atau berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, rentang usia, dan lain sebagainya. Dengan memahami audiensi mereka dan menyajikan konten yang relevan, radio dapat membangun basis pendengar yang loyal. Dengan dukungan yang cukup dari ketiga sumber utama tersebut, radio memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang dalam industri media massa. Namun, penting untuk terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren dalam industri media untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan audiens yang terus berkembang (Octary, 2021). Dengan demikian kompetensi antar media pada dasarnya kompetensi untuk memperebutkan ketiga sumber daya tersebut.

Berbicara strategi tentunya tidak lepas dari peran manajemen, untuk dapat mempertahankan eksistensi sebuah media konvensional seperti radio tentunya diperlukan manajerial yang apik dan rapih agar dapat menyusun strategi yang tepat, agar dapat menjaga konsistensi kearah pencapaian tujuan yang diinginkan oleh pihak organisasi. Karena setiap usaha harus didahului oleh proses perencanaan yang baik dan benar. Karena jika tidak di tangani dengan benar, maka sebuah stasiun radio tidak bisa menjaga eksistensinya yang berakhir hancur atau bangkrut, seperti beberapa

perusahaan radio yang ada di kabupaten Tegal yang dulunya pernah eksis dan sekarang sudah tidak beroperasi lagi, seperti Radio Suara Latansa Bima Amanta, Radio Kavana FM, dan Radio Suara Nusa Indah Prasetia. Pentingnya pengaturan manajemen yang baik dalam sebuah perusahaan penyiaran tentu menjadi kunci bertahannya sebuah instansi penyiaran, apa lagi di tengah-tengah era di gital seperti sekarang ini.

Penelitian kali ini bermaksud mencari tahu adakah hal baru yang kreatif dan inovatif yang dilakukan oleh manajemen radio Slawi Ayu Fm dalam membuat strategi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai LPPL (Lembaga Penyiaran Publik Lokal) di kota Slawi kabupaten Tegal. Alasan mengapa peneliti memilih radio Slawi Ayu sebagai tempat penelitian, yaitu: pertama, Peneliti sebelumnya sudah pernah melakukan kunjungan beberapa kali ke radio Slawi Ayu untuk melakukan interview kepada kepala bidang penyiaran. Sehingga peneliti sudah mengetahui gambaran lokasi penelitian, hal ini akan memudahkan meneliti untuk dapat mengakses data jauh lebih mudah dari pada di Instansi Radio lainnya, kedua, Radio Slawi Ayu pernah mendapatkan predikat LPPL (Lembaga Penyiaran Publik Lokal) terbaik se Jawa Tengah dalam dua periode di tahun 2017-2018, hal ini membuktikan bahwa radio Slawi Ayu masih eksis di era digital seperti sekarang ini. Dengan demikian peneliti tertarik sekali untuk meneliti bagaimana strategi manajemen penyiaran yang digunakan oleh radio Slawi Ayu untuk dapat bertahan di era digital seperti sekarang.

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin menganalisa Strategi apa yang dilakukan oleh pihak Manajemen penyiaran radio Slawi Ayu dalam mengajak eksistensinya di era digital seperti sekarang ini.

1.2 Pokok Masalah dan Rumusan Masalah

Adapun dilihat dari latar belakang di atas, bahwa penelitian ini berfokus pada “Bagaimana Strategi manajemen radio Slawi Ayu FM dalam menjaga eksistensinya di era digital?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang di gunakan dalam manajemen radio Slawi Ayu dalam menjaga eksistensinya di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapannya, penelitian ini akan memberikan kontribusi positif dalam bidang penelitian komunikasi, terutama dalam mengkaji strategi manajemen radio dalam menjaga keberlanjutan eksistensinya di era digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi mahasiswa ilmu komunikasi lainnya.

Adapun manfaat penelitian secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Peneliti berharap hasil dari penelitian kali ini bisa menjadi sumbangsih pemikiran dalam disiplin ilmu komunikasi media massa terutama dalam bidang radio dan penyiaran.
2. Sedangkan Secara Praktis, harapan peneliti semoga penelitian ini bisa menjadi bahan refrensi dan evaluasi untuk instansi media massa terutama Radio

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian kali ini, cenderung memberikan arah yang tepat agar tidak memperluas objek penelitian, dengan demikian dapat dirumuskan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I: Pada Bab pertama merujuk pada pendahuluan penelitian. Dalam sebuah Pendahuluan meliputi beberapa aspek diantaranya yaitu : latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan kegunaan atau manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II: Pada bab kedua ini mencakup pada penjelasan terkait teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Bab ini juga dimungkinkan untuk mengajukan beberapa teori yang bersangkutan dengan topik penelitian yang sedang diteliti.

Bab III: Bab ini menjelaskan mengenai prosedur penelitian, rancangan penelitian, metode penelitian, narasumber penelitian, Teknik pengumpulan data dan analisa data serta metode pengujiannya.

Bab IV: Bab ini merupakan bagian untuk menguraikan hasil dan pembahasan penelitian, dan juga menjelaskan secara terperinci mengenai kasus yang terjadi serta cara peneliti dalam melakukan analisis data.

Bab V: Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yaitu penutup. Pada bagian ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran atau masukan yang berkaitan tentang penelitian