

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Keterancaman akibat dari semakin berkembangnya teknologi dialami hampir semua media, salah satunya yaitu media radio. Menurut Riswandi (2009:1) Radio adalah media komunikasi massa yang mengudara secara teratur dan berkesinambungan serta menyebarkan informasi dan gagasan melalui media suara. Radio sebagai media yang mempunyai fungsi dalam menyampaikan suatu informasi, hiburan, dan pendidikan. Radio memiliki kekuatan yang terletak pada audio yang didengar oleh khalayak. Oleh karena itu program siaran radio harus memperhatikan teknik penyiaran yang baik, sehingga komunikasi atau informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh pendengar. Namun, era saat ini langkah media radio dalam menjaga eksistensinya dan menarik minat pendengar mengalami tantangan yang besar dengan hadirnya berbagai media massa yang jauh lebih menarik seperti televisi dan media internet.

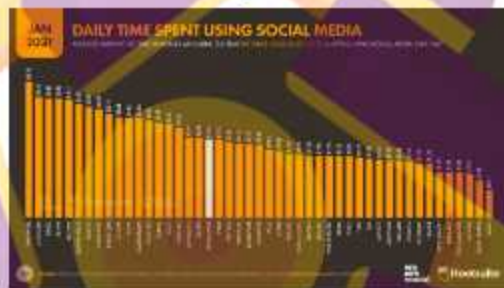
Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan berbagai inovasi baru dalam sarana komunikasi dan informasi. Dengan munculnya media baru dalam kehidupan masyarakat mempengaruhi kegiatan interaksi satu dengan yang lainnya. Dengan berkembangnya media massa, komunikasi dapat dilakukan dengan cepat melalui perantara media. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media dengan harapan adanya umpan balik (Wursanto, 2003). Kebutuhan akan informasi membuat individu lebih selektif dalam menentukan media pilihannya dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Perkembangan teknologi ini juga mempengaruhi eksistensi industri media yang harus terus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Hal ini terbukti dengan munculnya berbagai macam media informasi seperti televisi dan internet. Para media dalam era teknologi yang begitu pesat berusaha

berlomba dalam menampilkan atau menayangkan program yang dapat bersaing dengan media lainnya untuk bisa menarik maupun mempertahankan konsumennya.

Media sosial merupakan sebuah teknologi yang dihubungkan oleh Internet yang mendorong pengguna untuk bertukar informasi, pendapat, dan lainnya melalui komunitas online (Quesenberry, 2019). Sebagai bentuk kemajuan teknologi, media sosial kini mendominasi kehidupan masyarakat. Media sosial adalah sumber daya utama bagi masyarakat dalam mencari informasi, hiburan, dan edukasi.

Gambar 1.1 Digital 2021 Indonesia



Sumber: datareportal.com

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Hootsuite & We Are Social* (2021) diatas menunjukkan bahwa negara Indonesia berada pada peringkat sembilan dari 47 negara yang paling banyak menghabiskan waktunya dalam menggunakan media sosial. Stephanie (2021) mengatakan bahwa masyarakat Indonesia yang memakai media sosial mencapai 170 juta dari jumlah keseluruhan populasi berjumlah 274,9 juta. Hal tersebut mengartikan bahwa 61,8 persen masyarakat di Indonesia menggunakan media sosial dari total keseluruhan populasi.

Gambar 1.2 Survei Media Sumber Informasi Masyarakat



Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2021, 73 persen respondennya menjadikan media sosial sebagai sumber mendapatkan informasi. Sedangkan radio mengalami penurunan minat pengguna di era perkembangan teknologi informasi. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa media sosial menduduki peringkat paling tinggi bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi. Sedangkan radio kurang mendapat minat dalam masyarakat sebagai sumber mendapatkan informasi.

Penurunan jumlah pendengar radio merupakan fenomena yang menandakan bahwa eksistensi radio semakin tergerus. Dengan kemudahan di era teknologi dengan hadirnya suatu bentuk media baru memberi kemudahan masyarakat dalam menjelajah informasi tanpa batas. Terlebih lagi dengan konten menarik berupa audio dan visual yang ditawarkan oleh media baru menjadikan radio semakin menurun tingkat pendengarnya. Peran radio dalam kehidupan masyarakat semakin berkurang seiring kebiasaan baru masyarakat imbas dari digitalisasi.

Era pesatnya perkembangan teknologi dengan munculnya berbagai media yang lebih menarik, nyatanya radio masih dapat menjaga eksistensinya untuk bermedia. Dengan munculnya media baru dan internet, radio tidak lepas dari digitalisasi dan kemajuan teknologi. Dewasa ini era digital menjadi tantangan dan peluang bagi media radio dengan melakukan transformasi

digital seperti radio *streaming*, *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, dan lain-lain tanpa meninggalkan siaran radio konvensional. Sehingga saat ini masih banyak program siaran radio yang masih eksis dan diminati oleh banyak pendengar. Tingkat kreativitas dalam mengembangkan program siaran menjadi tantangan tersendiri di era globalisasi saat ini. Media radio harus bisa menyajikan suatu program yang tidak kalah menariknya dengan media online saat ini.

Interaktivitas dalam media baru menjadi bagian penting bagi stasiun radio di Indonesia pada era konvergensi media. Dengan hadirnya berbagai platform digital menjadi peluang bagi stasiun radio melakukan transformasi media dengan bentuk konten visual, sehingga dapat lebih mudah dalam membagikan sebuah konten dan menciptakan interaksi dengan khalayak dengan efektif dan efisien (Basuki, 2017). Hadirnya media sosial tentunya menjadi peluang bagi radio dalam melakukan transformasi dengan konsep baru dalam bentuk konten visual untuk menciptakan interaksi dengan khalayak secara efektif dan efisien. Konvergensi media merupakan penggabungan beberapa media, yang dimana dalam hal ini adalah penggabungan media konvensional dengan media baru, kaitannya dengan pengaturan, penerimaan, dan regulasi (McQuail, 2011, p. 150).

Dewasa ini media penyiaran radio telah mengalami konvergensi media. Radio tidak hanya menjadi media yang hanya mengandalkan kemampuan suara saja, namun radio kini telah memanfaatkan jaringan internet dan media sosial sebagai upaya untuk dapat menarik minat pendengar dan menjaga eksistensi radio. Radio di era media baru kini dapat mendistribusikan semua kontennya melalui platform digital. Ini telah memperluas kemampuan radio lebih dari sekadar mentransmisikan suara melalui gelombang radio dengan menyertakan digitalisasi dan konvergensi media. Media massa kini telah mengalami banyak perubahan dari yang awalnya media massa bersifat satu arah, namun kini media telah menjadi dua arah atau interaktif dengan tujuan utamanya untuk menarik perhatian khalayak (Kusuma, Parsono, 2020)



Pemanfaatan media sosial di era media baru, stasiun radio harus dapat memikirkan dan menyajikan sebuah konten yang dapat menarik audiens. Menurut Simarmata (2011) Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Teks, gambar, grafik, video, suara, dokumen, laporan, dan format lainnya semuanya dapat digunakan untuk membuat konten. Artinya, konten adalah segala sesuatu yang dapat dikelola secara elektronik atau digital. Konten dalam media sosial menjadi alat utama dalam menarik perhatian audiens terhadap apa yang disajikan oleh sebuah perusahaan. Desain komunikasi visual menjadi kunci dalam menyajikan konten visual yang menarik dan atraktif agar pesan yang disampaikan mudah ditangkap, diolah, dipahami, dan mendorong tindakan kepada khalayak untuk melakukan apa yang menjadi tujuan pesan (Lieb, 2012).

Penyajian konten khususnya pada media sosial membutuhkan tampilan visual yang menarik, sehingga diperlukan perencanaan yang baik. Visual konten dapat berbentuk foto, video, infografis, dan bentuk lainnya. Konten visual dapat meningkatkan keterlibatan pengguna lebih banyak dibanding unggahan tanpa unsur visual. Format pesan bentuk konten visual memiliki dampak yang signifikan dalam menangkap perhatian audiens yang dituju karena lebih mudah ditangkap, diolah, dan dipahami oleh otak manusia.

Salah satu disiplin ilmu dalam ilmu komunikasi berkaitan dengan visual adalah desain komunikasi visual. Menurut Adi Kusrianto (2007), Desain Komunikasi Visual adalah disiplin ilmu yang mempelajari konsep-konsep komunikasi dengan ungkapan kreatif melalui berbagai media dengan tujuan menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen - elemen grafis berupa *tipografi, warna, ilustrasi, dan layout*. Komunikasi visual diartikan sebagai seni penyampaian pesan dengan bahasa rupa atau visual yang disampaikan melalui perantara media dengan tujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan merubah perilaku audiens sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Stasiun radio perlu memiliki keterampilan khususnya dalam memproduksi konten dalam media digital dengan memperhatikan aspek desain komunikasi visual yang baik. Hal tersebut berkaitan dengan teknologi baru dan media sosial yang mengakibatkan perubahan format dalam strategi dalam promosi yang tujuan utama yaitu untuk dapat menarik minat audiens.

Salah satu stasiun radio yang masih eksis dalam penyiaran radio dengan memanfaatkan perkembangan media digital saat ini adalah Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM (MQFM Jogja). Radio MQ 92,3 FM Jogja merupakan stasiun radio yang resmi digunakan mulai tanggal 1 Februari 2006 setelah menjadi Franchise dari PT. RADIO MADINATUSSALAM BANDUNG (Franchisor) yang memperoleh lisensi untuk menggunakan merek Radio MQFM. Radio MQFM Jogja menyiarkan program-program Islami yang bertujuan untuk menonjolkan islam yang damai, indah, rahmatan lil' alamin, serta islam yang memiliki jiwa entrepreneur. Radio MQFM Jogja berusaha menjadi media yang menyajikan pendidikan dan informasi yang dapat mudah dipahami oleh masyarakat sehingga berdampak pada perubahan diri menuju akhlak mulia dan memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai arti kehidupan.

Mengusung tagline "Inspirasi Keluarga Indonesia" Radio MQFM Jogja terus konsisten dalam menghadirkan program siaran Islami. Radio MQFM Jogja melakukan penggabungan antara siaran analog dengan media digital untuk mengimbangi dari perkembangan teknologi yang ada untuk tetap menjaga eksistensi dan menarik minat khalayak untuk mendengarkan program siaran Radio MQFM Jogja. Radio MQFM Jogja memanfaatkan platform digital guna memperluas akses informasi di era media baru. Radio MQFM Jogja memanfaatkan media baru seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*. Dengan memanfaatkan dan mengelola media baru tersebut, kini Radio MQFM Jogja dapat terus untuk menyajikan informasi yang semakin luas. Konsistensi dalam memproduksi konten visual menjadi kunci bagi perusahaan untuk menarik perhatian audiens.

Dengan memanfaatkan media sosial maka terbentuklah sebuah engagement baru antara stasiun radio dengan audiens. Komunikasi dua arah menjadi hal penting dalam keberlangsungan sebuah perusahaan, terutama stasiun radio di era perkembangan teknologi. Dengan penerapan desain komunikasi visual yang terbentuk nantinya akan mampu memberikan sebuah pengalaman baru bagi audiens dalam mengonsumsi informasi dengan tujuan menarik minat pendengar Radio MQFM Jogja. Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti Radio MQFM Jogja sebagai objek penelitian. Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam memanfaatkan media sosial untuk menarik minat pendengar.

## **1.2. Fokus Masalah dan Rumusan Masalah**

Industry siaran radio dalam menjalankan kelangsungan eksistensinya akan menghadapi beberapa masalah. Perkembangan digitalisasi yang cepat membuat radio kian berat dalam bersaing dengan media baru saat ini sehingga mempengaruhi minat pendengar radio. Radio haruslah melakukan inovasi dalam menciptakan ide-ide dengan memanfaatkan media digital. Salah satu hal yang dapat dilakukan dengan memproduksi konten dalam media digital dengan memperhatikan aspek desain komunikasi visual yang baik. Bentuk konten visual lebih menarik perhatian target audiens karena mudah ditangkap, diolah, dan dipahami oleh otak manusia.

Berdasarkan fokus permasalahan tersebut, peneliti menetapkan rumusan masalah “Bagaimana strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam menarik minat pendengar?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam menarik minat pendengar.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada seluruh pembaca terutama dibidang ilmu komunikasi. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini berguna sebagai sumbangsih pemikiran dan gambaran mengenai strategi desain komunikasi visual Radio MQFM Jogja dalam memanfaatkan media digital untuk menarik minat pendengar.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk dikaji dan dipraktekkan oleh pembaca dalam menerapkan strategi desain komunikasi visual dalam industri media massa khususnya radio.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi untuk pengelola perusahaan radio dalam meningkatkan potensial dan kreativitas serta inovasi dalam strategi desain komunikasi visual dalam pengelolaan konten visual.