

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio sebagai bagian media komunikasi massa telah menjadi bagian tak terpisahkan dari sejarah panjang perjalanan perkembangan arus informasi. Komunikasi massa sendiri memiliki arti sebagai media komunikasi khusus yang didesain untuk masyarakat dengan tujuan menjangkau khalayak luas, seperti cetak (surat kabar/koran dan majalah) dan elektronik (radio dan televisi) (Firmansyah, 2020). Perannya sebagai media komunikasi massa memiliki fungsi utama menyebarkan informasi kepada khalayak. Artinya pada fungsi tersebut *audiens* daripada radio dapat mengetahui, memahami sesuatu yang disiarkan melalui siaran radio.

Setiap medium komunikasi massa memiliki kelebihan masing-masing begitu pula dengan radio. Sifat *portable* dari radio memberikan kelebihan dapat dibawa ke mana saja dan dapat didengarkan sembari melakukan kegiatan (Zellatifanny, 2020). Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi memberikan dampak besar terhadap radio. Sering kali radio identik dengan medium komunikasi massa yang berbasis audio atau suara. Radio merupakan salah satu media massa elektronik yang memiliki karakteristik berbeda dibanding lainnya (Ahmad, 2015). Dewasa ini perkembangan teknologi telah memberikan pembaharuan besar terhadap radio. Saat ini setiap orang dapat mengakses radio dengan mudah dengan memanfaatkan gawainya masing-masing. Akses radio pun kini telah dapat dilakukan melalui jaringan internet atau sering kali disebut dengan *web casting* atau *internet broadcasting*.

Internet telah memberikan dampak perubahan signifikan terhadap keberadaan radio mulai dari sisi pemasaran hingga produk siarannya. Saat ini sudah banyak radio yang melakukan siarannya tidak hanya melalui distribusi via analog

tetapi juga sudah melalui media digital salah satunya via *Youtube*. Model siaran radio melalui platform *Youtube* sudah banyak dilakukan oleh radio-radio saat ini untuk dapat memberikan pembaharuan dan juga penyesuaian seiring perkembangan teknologi serta mengedepankan kebutuhan pendengarnya. Target stasiun radio mengacu pada kebutuhan dari pendengar. Ketersediaan radio melalui platform digital seperti *Youtube* tentu saja akan lebih mempermudah para penikmat radio untuk dapat menikmati siaran radio.

Tiap stasiun radio berupaya meraih *audiens* sebanyak mungkin dengan menyajikan macam-macam jenis program. Disisi lain akses terhadap program-program yang disiarkan juga perlu menjadi satu hal yang perlu diperhatikan. Era digital telah membuat masyarakat lebih condong menggunakan internet sebagai akses utama untuk mendapatkan segala akses kebutuhan informasi. Proses transisi siaran radio ke media digital seperti *Youtube* tentu saja membutuhkan perencanaan yang matang. Muara dari setiap program-program yang diproduksi adalah bagaimana ia dapat menarik perhatian dan dapat dinikmati sebanyak mungkin orang. Setiap produksi harus mengacu pada kebutuhan *audiens* yang menjadi target stasiun radio (Morrisson, 2011).

Proses produksi pada program radio tentu saja harus memiliki manajemen produksi yang baik agar kerja-kerja dalam tim produksi dapat berjalan sesuai dengan tugas pokoknya masing-masing. Manajemen produksi sendiri memiliki artian sebagai kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan atau mengkoordinasikan suatu kegiatan orang lain, hal tersebut tentu tidak dapat dilepaskan dari perencanaan, pengorganisasian, pengergerakan dan pengawasan (Amelia, 2020). Manajemen sebagai suatu bentuk kerja tentu saja memiliki sosok manajer untuk dapat mengorganisasikan tiap-tiap kelompok kerja.

Pembagian kerja pada proses produksi juga harus memperhatikan *skill* dari setiap individu yang tergabung dalam tim produksi. Hal tersebut guna menunjang keberhasilan produksi yang dilakukan. Keberhasilan ini merujuk pada hasil dari sajian yang diberikan kepada para *audiens* radio tersebut. Pada proses produksi program di era digital saat ini tak hanya suara saja yang perlu diperhatikan namun

juga visual dari program yang diproduksi. Para penikmat radio akan merasa tertarik apabila suatu program dikemas dengan menarik dan unik.

Proses manajemen produksi di sebuah stasiun radio tidak terlepas dari masalah atau hambatan. Nurjannah (2018) dalam penelitian Manajemen Produksi Pada Program Halo Makassar di Radio Venus 97.6 FM menerangkan bahwa sering kali terjadi hambatan dari segi teknis dan non-teknis.

"Hambatan dari teknisnya sendiri itu, biasanya sih gangguan jaringan, mic bermasalah bahkan biasa mati lampu. Dari segi sumber manusianya kadang-kadang penyiar "Halo Makassar" tiba-tiba berhalangan karena sakit (faktor fisik)" (Nurjannah, 2008).

Selain itu pada penelitian A. Nila Kanti Nur (2020) terkait Upaya Manajemen Penyiaran Radio Gama 93.7 FM Dalam menjaga eksistensinya di tengah Era Digital. Hambatan yang terjadi pada proses manajemen produksinya terletak pada keterbatasan SDM pada lembaga penyiaran radio yang jumlahnya sedikit.

Manajemen produksi di radio sangat dipengaruhi oleh kemampuan seorang manajer dalam mengorganisir suatu program. Dalam suatu badan penyiaran, umumnya terdiri dari tiga hal, yaitu bidang administrasi, program, dan teknik, yang semuanya dipimpin oleh satu direktur utama. Direktur utama akan mengoordinasi tiga bidang organisasi tersebut. Dalam teori manajemen, pembagian wewenang oleh satu pimpinan pada jajaran di bawahnya mempunyai jumlah terbatas (Djamil & Fachruddin, 2011).

Sebuah stasiun radio tidak hanya terkait dengan dirinya sendiri sebagai lembaga penyiaran. Semakin menjamurnya radio komersial menjadi salah satu tantangan radio saat ini. Persaingan ini menuntut radio untuk memberikan konten-konten menarik kepada para pendengarnya. Salah satu radio yang berada di Yogyakarta yaitu Radio MQFM juga merasakan dampak dari persaingan antar radio. Menurut Niche (dalam Handoko, 2017) ketika ada sumber yang terbatas dikonsumsi atau digunakan oleh dua atau lebih populasi, maka memungkinkan terjadinya persaingan antar populasi untuk memperebutkan sumber yang terbatas itu. Teori ini sering diaplikasikan pada industri media. Persaingan yang muncul

merupakan dampak dari perebutan sumber media oleh radio-radio komersial yang ada. Sumber media yang dimaksud yaitu: (1) *Capital* (pemasukan dan aset perusahaan), (2) *Types of content* (jenis isi media), dan (3) *Types of audience* (jenis khalayak sasaran).

Radio MQFM sebagai lembaga penyiaran yang menjadi bagian dari BUMA (Badan Usaha Milik Amikom) di tengah persaingan radio-radio komersial saat ini terus mencoba memperbaharui produksi konten dan mulai merambah ranah digital. Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan meluncurkan *channel* Youtube MQFM Jogja. Hal ini tentu saja menjadi salah satu langkah maju untuk dapat beradaptasi dengan era media baru. Sebagai bagian dari Yayasan Amikom, Radio MQFM memproduksi konten Jendela Amikom yang bertujuan untuk melakukan promosi dengan mengundang insan-insan berprestasi serta *stakeholder* dari Yayasan Amikom untuk mengisi program tersebut.

Jendela Amikom sebagai sebuah program siaran yang diproduksi untuk siaran radio dan siaran *streaming* pada platform Youtube tentu saja memiliki proses produksi pada pembuatannya. Oleh karena itu, peneliti mencoba melihat bagaimana proses produksi yang dilakukan oleh stasiun radio MQFM Jogja pada proses produksi program siaran Jendela Amikom dari sisi implementasi manajemennya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana proses manajemen dilakukan oleh Radio MQFM Jogja mulai dari pos-produksi hingga pasca-produksi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menetapkan rumusan masalah penelitian "Bagaimana implementasi manajemen produksi siaran *streaming* Youtube Jendela Amikom di Radio MQFM Jogja?"

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Penelitian hanya dilakukan di Radio MQ FM Jogja.
2. Implementasi manajemen produksi siaran *streaming* program Jendela Amikom pada *YouTube* MQFM Jogja.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi manajemen produksi siaran *streaming* *Youtube* program Jendela Amikom di Radio MQFM Jogja.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan, diharapkan memberikan berbagai manfaat antara lain.

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, menjadi sumber referensi dalam pengembangan ilmu. Penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan bagi para peneliti berikutnya yang tertarik untuk melakukan riset dengan tema yang sama, tentang bagaimana implementasi manajemen produksi siaran radio *streaming* MQ FM Jogja.

4. Manfaat Praktis

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan yang didapat selama proses pembuatannya, menambah pengalaman, dan wawasan keilmuan. Sebagai syarat meraih gelar Strata Satu (S1) penelitian ini juga diharapkan dapat memberi sumbangan yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan pada penelitian ini terdiri dari:

BAB I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan manfaat penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan landasan teori yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan penjabaran rinci mengenai metode penelitian dan beberapa komponen lainnya seperti lokasi dan subjek penelitian, objek penelitian, desain penelitian, proses pengembangan instrumen, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi manajemen produksi program Jendela Amikom

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan penarikan kesimpulan secara umum maupun khusus dari permasalahan yang diteliti dan saran dari penulis kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian.