

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio adalah teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik atau gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara. Sedangkan pengertian Radio menurut ensiklopedia Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektro magnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (Kustiawan et., al 2022). Radio hadir ditengah-tengah masyarakat sebagai sarana bertutur modern karena naskah radio yang dibuat sedemikian rupa melalui proses bertutur dari pembuat naskah dengan cara bersuara menceritakan hal yang ingin dituliskannya, dalam keadaan ini penulis naskah seakan-akan berhadapan dengan orang lain karena naskah radio tersebut merupakan tuntutan untuk dikonsumsi oleh telinga pendengarnya (Yulia, 2010). Eksistensi radio di Indonesia sedari dulu dipandang sebagai media lama yang akan ditelan zaman, hal ini juga berdasarkan media penyiaran radio semakin terdesak oleh hadirnya media televisi (kpi.go.id, 2020).

Gambar 1.1 – Penetrasi Media di Indonesia



Sumber : Survei Nielsen Indonesia, 2017

Berdasarkan gambar 1.1, mengenai survei *Nielsen* pada tahun 2017 mengenai *Consumer Media View* Indonesia, penetrasi radio masih menempati urutan keempat dibanding jenis media lain. Penetrasi radio mencapai 37% jauh dibandingkan penetrasi televisi yang menjadi media utama di Indonesia dengan penetrasi mencapai 96%, diurutan kedua yakni media luar ruang mencapai penetrasi 53% dan urutan ketiga adalah internet dengan penetrasi mencapai 44% (Nielsen.com, 2017), hal ini menunjukkan bahwa media Radio masih digunakan di Indonesia walaupun bukan menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk mencari informasi maupun sekedar hiburan. Faktor tersebut membuat media radio harus mempertahankan eksistensinya untuk menjadi media yang masih dibutuhkan, mempertahankan eksistensi tersebut mengharuskan media radio mempunyai strategi dan beradaptasi dalam melakukan konvergensi ke media digital seperti menggunakan media sosial. Seiring berkembangnya era teknologi informasi dan komunikasi saat ini, kemajuan pada bidang penyiaranpun menjadi semakin canggih, baik itu pada media televisi maupun radio. Dunia penyiaran di tanah air mengalami perubahan karena berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Melalui jaringan internet informasi yang biasa kita peroleh dari TV dan Radio sekarang ini semakin mudah diakses (kpi.go.id, 2020). Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, telah memunculkan adanya sebuah media baru atau *new media* yang membuat manusia tidak lagi berkomunikasi dengan tatap muka, melainkan melalui media sebagai perantara atau sarana.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu daerah di Indonesia yang masih eksis media radionya. Eksistensi radio di Yogyakarta terbilang masih stabil, hal ini dikarenakan pendengar menyesuaikan kebutuhannya dalam memilih stasiun radio yang diinginkan. Faktor ini juga dikarenakan banyaknya mahasiswa di Yogyakarta yang menjadi faktor pendorong industri radio tetap berkembang, dikarenakan mahasiswa lebih memilih mendapatkan informasi yang *to the point* yang didapatkan dari media radio (Hanifah, 2022). Eksistensi ini juga didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era saat ini.

Dikutip dari (dataindonesia.id, 2023) menyatakan laporan dari *We Are Social* menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta

orang yang tercatat pada Januari tahun 2023. Hal tersebut sekaligus menunjukkan masyarakat Indonesia yang bergantung dengan hadirnya media sosial. Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki platform radio *streaming*, yakni dengan laman *jogjastreamers.com*. Pendengar dapat mendengarkan program-program radio Jogja dimanapun dan kapanpun. Selain itu, beberapa radio di Yogyakarta mempunyai *platform* seperti media sosial sendiri seperti Instagram sebagai pemberian informasi mengenai program acara bahkan informasi terkini yang sedang hangat dibicarakan. Media industri radio mengalami transformasi yang awalnya radio menyebarkan pesan hanya berbentuk audio setelah adanya transformasi di era digital, radio menambah penyebaran pesan mereka menjadi bentuk audio dan visual serta komunikasi berupa teks, seperti pernyataan oleh Thery Flew (2005) menjelaskan *new media* yang ditekankan pada forms atau format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Dengan adanya transformasi radio konvensional ke bentuk digital dengan menggunakan media Instagram perusahaan radio tetap bisa mempertahankan eksistensi mereka di industri media massa, dan perusahaan radio yang ada di Indonesia juga berkembang, terutama di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dimana perusahaan radionya masih eksis dan masih aktif hingga saat ini melalui siaran udara dengan *Frequency Modulation* (FM) dan juga melalui *new media* yakni media sosial.

Salah satu media sosial yang digemari penduduk Indonesia adalah media sosial Instagram berdasarkan dari hasil survey *Meltwater* pada tahun 2023, menyatakan Instagram menduduki posisi kedua dengan persentase sebesar 86,5%. Instagram banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan perusahaan maupun kegiatan lainnya. Instagram merupakan media sosial yang fokusnya terhadap konten foto dan video yang dimana konten tersebut pengguna bisa memberikan *likes* dan *comments* sesuai apa yang mereka suka dan inginkan. Penggunaan media sosial sangatlah dibutuhkan seseorang yang dihadapkan pada berbagai media penampung informasi, maka ada banyak kebutuhan - kebutuhan yang dapat dikemukakan antara lain kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal Katz, Gurevitch dan

Haas (dalam Yusup & Subekti, 2010). Konvergensi media radio ini ditandakan dengan hadirnya radio *streaming* dan media sosial milik masing – masing media radio yang masih eksis hingga saat ini di Indonesia contohnya di daerah Yogyakarta.

Pemanfaatan media sosial oleh radio juga harus digunakan sebaik mungkin tidak sekedar hanya memiliki akun media sosial saja, tetapi juga harus memikirkan hal yang membuat mereka tetap eksis ketika media radio sudah bertransformasi ke media digital. Contohnya seperti media Instagram yang memiliki banyak fitur dapat dimanfaatkan dengan baik oleh media Radio yang bisa digunakan untuk melakukan *branding* dan pemasaran serta memperluas jaringan audiens pada media radio, seperti fitur foto dan *video.reels*, IG TV dan *Instastory* yang dapat digunakan dengan baik untuk hal tersebut dimana untuk meningkatkan *engagement* akun Instagram.

Penggunaan media sosial Instagram bagi media radio tidak jauh dari adanya Identitas Visual yang ditampilkan pada setiap akun Instagram media radio tersebut juga hal yang menggambarkan media radio tersebut seperti visual konten salah satunya desain *thumbnail reels*. Menurut Rahayu (2013) identitas visual merupakan sebuah tanda pembeda suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Identitas visual termasuk nama perusahaan, logo, slogan, warna dan hal lain yang berkaitan dengan desain grafis, hal lainnya yang berkaitan dengan desain grafis tersebut salah satunya adalah gaya grafis (Listya, 2016). Identitas visual ini juga bermanfaat sebagai strategi untuk menarik audiens ketika mengunjungi halaman akun Instagram pengguna dan memiliki keterkaitan terhadap *engagement* akun tersebut karena adanya kejelasan informasi dari visual / gaya grafis postingan yang diterapkan pada *thumbnail reels* Instagram.

Gaya grafis/ desain pada Instagram dimaksudkan pada tampilan akun Instagram yang menarik yang dilihat pada tampilan tiap postingannya yang dapat menjadi pembeda dan memiliki karakter sendiri dari akun lainnya. Dari 5 akun Instagram media radio di Yogyakarta yang peneliti riset, diantaranya masih banyak yang tidak mementingkan adanya identitas visual dari konten yang mereka tawarkan di akun media sosial mereka, identitas visual yang dimaksud merujuk pada *desain* yang merujuk pada tampilan *feeds* Instagram yang merupakan

gabungan unggahan gambar tunggal atau lebih dan gambar *thumbnail* dari *reels*/ unggahan video. Identitas visual yang paling terlihat dari unggahan konten di Instagram adalah penggunaan warna pada setiap desain atau unggahannya, terutama pada keserasian antara setiap unggahan satu dengan unggahan lainnya yang saling berkaitan. Berikut tampilan *feeds* Instagram dari lima akun tersebut,

Gambar 1.2 – Contoh tampilan *feeds* Instagram



Sumber : Olahan peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 1.2, dari 5 akun Instagram radio di Yogyakarta, 3 diantaranya tidak mementingkan adanya identitas visual pada gaya grafis konten terutama terhadap gambaran/ *thumbnail* unggahan *reels* antara lain @iradiojogja, @geronimofm dan @895jizfm, terlihat juga tampilan yang tidak rapi dan tidak adanya penggunaan warna yang dapat menjadi identitas visualnya terutama pada *thumbnail reels* yang beberapa tidak ada suatu visual yang dapat menggambarkan isi dari *reels* tersebut seperti tidak adanya tipografi. Sedangkan untuk @popfmjogja

menggunakan gaya grafis konsisten tetapi konten yang ditawarkan tidak orisinal, video yang ditawarkan adalah sekumpulan video lucu dari berbagai sumber di internet. Untuk @mqfmjogja konsisten dan menggunakan gaya grafis yang serasi pada tampilan akun instagramnya dengan menggunakan warna dan gaya grafis yang menjadi identitas mereka serta konten yang ditawarkan merupakan orisinal. Hal tersebut merupakan strategi yang berguna sebagai faktor penunjang untuk mempertahankan hidup atau eksistensi bagi media radio-radio tersebut dikarenakan algoritme yang biasanya ditampilkan pada fitur *explore* yang menampilkan kumpulan dari foto dan video *reels* yang populer dari seluruh dunia berdasarkan konten yang relevan dengan minat pengguna. Secara tidak langsung, konten tersebut akan menjadi suatu hal yang menarik dan dikenal oleh masyarakat, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah banyak. Didalam penggunaan berbagai media sosial terdapat sistem algoritme, algoritme yang ada pada perangkat media sosial adalah sistem yang berfungsi untuk memilih dan menyeleksi sebuah informasi atau konten berdasarkan pilihan pertama yang menjadi daya tarik pengguna media sosial, yang pada akhirnya memiliki tujuan dimana sebuah perangkat dapat mengerti konten yang digemari pengguna tersebut (Golino, 2021). Pada media Instagram, algoritma dapat dilihat dari fitur *explore* yang menampilkan foto dan juga *Reels*.

Reels Instagram merupakan fitur populer yang disediakan oleh Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek, kreatif, dan menarik. Biasanya *reels* digunakan untuk mempromosikan sesuatu yang ada (youngontop.com, 2023). Saat kita menggunakan *reels* maka hal yang bisa kita dapatkan adalah interaksi dengan akun lain tidak terbatas dengan jumlah pengikut. Bagi media radio, *reels* juga digunakan sebagaimana manfaatnya. Hal utama yang digunakan media radio dalam menggunakan media sosial adalah strategi untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas jangkauannya, dengan adanya konvergensi media yakni penggunaan media Instagram oleh media radio. *Reels* dapat meningkatkan *engagement*/ dianalisa dari munculnya *reels* tersebut. Sama seperti *explore*, sebagian besar *reels* yang pengguna lihat berasal dari akun yang tidak mereka ikuti (tekno.tempo.co, 2023). Jadi, proses pemeringkatan *reels* pun

sangat mirip dengan *explore* yakni mencari sumber *reels* yang mungkin pengguna sukai.

Didalam fitur *reels* pada Instagram, terdapat sebuah *thumbnail reels* yang bisa dilihat audiens melalui *feeds* utama Instagram maupun bagian *feeds reels*. *Thumbnail reels* adalah gambar (mati) yang berfungsi sebagai pratinjau atau gambaran untuk *reels* yang akan diputar. Dengan adanya *thumbnail reels* ini, juga menjadi faktor terhadap dibuka atau tidaknya video *reels* yang sudah diunggah dan *engagement* dari akun Instagram tersebut. Selain itu, dengan adanya penggunaan *thumbnail reels* yang serasi dengan unggahan konten lain mulai dari warna dan gaya grafisnya akan membuat halaman akun utama lebih rapi dan enak dipandang dan menjadi ciri khas yang membuat audiens mengingat identitas dari akun Instagram tersebut.

Gambar 1.3 – Instagram @mqfmjogja



Sumber : Instagram @mqfmjogja, 2023

Salah satu dari akun Instagram media radio di Yogyakarta yang eksis dan menggunakan media Instagram serta mencakup penggunaan gaya grafis tampilan yang serasi dan konsisten serta menunjukkan adanya identitas visualnya seperti warna adalah akun Instagram dari perusahaan radio MQFM Jogja 92,3FM.

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, akun Instagram @mqfmjogja memiliki 9,5 ribu pengikut dengan *engagement rate* sebesar 0,31%.

Gambar 1.4 – Data audiens dari *insight* Instagram @mqfmjogja



Sumber: Instagram @mqfmjogja, 2023

Berdasarkan Gambar 1.4, segmentasi usia rata-rata audiens pada 21- 30 tahun, dan audiens dari masyarakat umat muslim serta umum yang rata-rata audiensnya adalah perempuan sebesar 63,7% dan laki-laki sebesar 36,2%. Kemudian terlihat wilayah jangkauan audiens yang meliputi kota teratas yakni Jakarta dan Yogyakarta, kemudian pada wilayah negara yakni negara Indonesia diposisi teratas dan dibawahnya negara dari benua Amerika Selatan yaitu Argentina. Berdasarkan usia audiens yang tertera, rata-rata pendengar mempunyai latar belakang pendidikan mulai dari SMA hingga S1 data ini juga berdasarkan data dalam (suneducationgrup.com,2023).

Radio MQFM Jogja menyediakan program dengan penyebaran melalui *ON AIR – OFF AIR* dan *ONLINE*. Dilansir dari laman (home.amikom.ac.id, 2019)

MQFM Jogja banyak meraih penghargaan seperti “Radio Terbaik” dalam Anugerah Penyiaran DIY pada tahun 2019 yang diadakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DIY. MQFM Jogja juga sering melakukan kerja sama dengan instansi – instansi seperti pada tahun 2021 bekerja sama dengan Bawaslu Sleman (sleman.bawaslu.go.id, 2021). Pada setiap tahunnya MQFM Jogja melaksanakan kegiatan yang bekerja sama dengan SMA/MA yang ada di Yogyakarta untuk melaksanakan kegiatan bernama *School Zone*, MQFM Jogja juga mempunyai jasa *event organizer* yang siap melayani kebutuhan *event* bertemakan nuansa muslim. MQFM Jogja adalah contoh dari adanya konvergensi media dan juga contoh adanya transformasi radio tradisional ke era digital dikarenakan MQFM Jogja sangat menggunakan media baru untuk memperluas jaringan mereka seperti penggunaan media sosial Instagram.

Radio MQFM Jogja kini hadir di Instagram untuk memberikan pengalaman interaktif yang lebih dekat dan mengikuti tren teknologi, dengan *username* @mqfmjogja.

Gambar 1.5 – Visual *Thumbnail Reels* @mqfmjogja



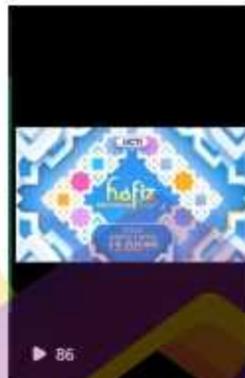
Sumber : Instagram @mqfmjogja, 2023

Media Instagram yang digunakan oleh Radio MQFM Jogja juga menandakan radio MQFM Jogja harus mempertahankan eksistensinya di era digital seperti sekarang dan telah dengan cerdas mempertahankan eksistensinya melalui Instagram dengan cara terus menghadirkan konten yang relevan dan interaktif kepada pendengarnya serta tampilan dari kontennya seperti visual *thumbnail reels* Instagram yang selalu ada dan mengedepankan identitas visual didalamnya yakni adanya implementasi logo, warna, tipografi dan gaya grafis.

Thumbnails reels merupakan tampilan gambar kecil untuk mempermudah audiens melihat gambaran dari isi video yang terdiri dari penggunaan tipografi, ilustrasi dan warna yang menjadi visual identitas dari sebuah perusahaan/ akun. Dilansir dari (Liputan6.com, 2023), *thumbnail* adalah bagian yang digunakan saat mengunggah video, blog, atau konten tertentu. Peran *thumbnail reels* adalah menjadi kesan utama bagi para audiens. *Thumbnail reels* adalah bagian penting jika ingin memikat penonton atau pengakses di Instagram. Bisa diibaratkan, *thumbnail* adalah sampul sebuah buku. Pentingnya ilustrasi/visual dalam *thumbnail* terletak pada kemampuannya untuk berbicara langsung kepada audiens tanpa perlu kata-kata. Dengan pemilihan ilustrasi/visual yang tepat, pembuat konten dapat mencapai tujuan mereka untuk menarik perhatian, memberikan gambaran konten, dan memberikan daya tarik (Wibowo, 2023)

MQFM Jogja mengimplementasikan desain *thumbnail reels* dengan gaya desain grafis Instagram yang menjadi pembeda dari akun Instagram media radio Yogyakarta lainnya. Gaya desain grafis tersebut merujuk pada keseluruhan postingan @mqfmjogja dari desain *thumbnail reels* yang mereka unggah, tidak seperti akun radio lainnya yang masih banyak tidak mementingkan penggunaan *thumbnails* pada *reels* yang mereka unggah dilihat di era digital saat ini banyak media radio yang sudah menggunakan media sosial Instagram. Tampilan *thumbnail reels* dan *feeds* yang estetis dan kohesif sering dianggap penting untuk menjaga penarikan pengikut dan menciptakan identitas visual yang kuat di Instagram dan menjadi daya tarik audiens untuk melihat unggahan *reels* tersebut didasarkan oleh adanya visual *thumbnail reels*.

Gambar 1.6 – Visual *Thumbnail Reels* @mqfmjogja tanpa Identitas Visual



Sumber : Instagram @mqfmjogja, 2023

Pada gambar 1.6, @mqfmjogja pernah mengunggah konten *reels* tanpa menggunakan adanya identitas visual didalamnya dan tidak terdapat adanya visual desain *thumbnail reels* dari unggahan *reels* tersebut, alhasil *reels* yang diunggah tidak menyentuh angka *viewers* 100 audiens yang dimana menjadi faktor tidak adanya kejelasan dari visual *thumbnail* tersebut dibandingkan dengan visual *thumbnail reels* saat ini yang terdapat visual desain *thumbnail reels* disertai adanya identitas visual didalamnya dan memiliki manfaat untuk memberi gambaran dari konten *reels* tersebut mendapatkan jumlah *viewers* paling sedikit 150 audiens hingga ribuan *viewers*.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti akun @mqfmjogja, bagaimana implementasi desain *thumbnail reels* Instagram yang terdapat identitas visual terhadap meningkatnya *engagement* dari akun @mqfmjogja, dikarenakan @mqfmjogja salah satu radio yang memiliki *engagement* baik dari media radio lainnya dengan penggunaan desain *thumbnail reels* yang terdapat identitas visual dari Radio MQFM Jogja. Dengan itu peneliti mengangkat judul penelitian yang berjudul **STRATEGI DESAIN THUMBNAIL REELS INSTAGRAM @MQFMJOGJA DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT.**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah yaitu bagaimana strategi desain *thumbnail reels* Instagram @mqfmjogja dalam meningkatkan *engagement*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah dari penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mendeskripsikan bagaimana strategi desain *thumbnail reels* Instagram @mqfmjogja dalam meningkatkan *engagement*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, tentunya terdapat manfaat penelitian yang nantinya akan diperoleh baik dalam segi teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi maupun ilmu bagi para peneliti kedepannya yang juga melakukan penelitian terkait dengan kajian yang serupa mengenai media radio yang menggunakan media sosial Instagram dalam meningkatkan *engagement* melalui strategi desain *thumbnail reels* Instagram yang didalamnya terdapat identitas visual.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pada manfaat praktis, dapat menghadirkan manfaat bagi lembaga atau Radio 92,3 MQFM Jogja dalam mengetahui manfaat strategi desain *thumbnail reels* Instagram dalam meningkatkan *engagement* akun Instagram @mqfmjogja dan penelitian ini sebagai salah satu sumbangsih dari peneliti yang dapat memberikan contoh terutama pada media radio yang sudah bertransformasi di era digital yang menggunakan media sosial Instagram melalui strategi penggunaan desain *thumbnail reels* yang terdapat visual identitas dapat meningkatkan *engagement* akun media radio di Instagram.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti uraikan, adapun batasan masalah sebatas menganalisa bagaimana penggunaan desain *thumbnail reels* yang terdapat identitas visual dapat meningkatkan *engagement* Instagram @mqfmjogja.

1.6 Sistematika Bab

Untuk memberikan penjelasan secara lengkap pada penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab meliputi:

1. Bab I: Pendahuluan. Dalam bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika mengenai penulisan penelitian yang dilakukan.
2. Bab II: Kajian Teori. Dalam bab kajian teori menjelaskan tentang kajian pustaka yang peneliti gunakan untuk menyelidiki permasalahan di lapangan, antara lain Strategi, Identitas Visual, Media Instagram, *Instagram Reels*, *Thumbnail Reels*, dan *Engagement*.
3. Bab III: Metode Penelitian. Dalam bab metode penelitian, peneliti pada bagian ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian. Selain metode penelitian, dalam bab III peneliti juga menjabarkan desain penelitian, paradigma penelitian, jenis dan metode penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.
4. Bab IV: Hasil Penelitian. Dalam bab hasil penelitian menyajikan profil informan atau narasumber dari penelitian ini, kemudian hasil temuan penelitian yang disertai contoh, dilakukan dengan metode observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti saat penelitian.
5. BAB V: Penutup. Dalam bab penutup peneliti memaparkan kesimpulan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang menjadi pokok masalah dalam penelitian yang dilakukan. Kemudian peneliti juga menyampaikan saran terkait penelitian yang dilakukan.