

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Penyiaran adalah kegiatan penyelenggaraan melalui siaran radio maupun televisi, yang diselenggarakan oleh organisasi penyiaran radio atau televisi (Rachman, 2016). Pada Pasal 1 Butir 2 dalam Ketentuan Umum Undang-Undang No 32/2002 tentang penyiaran, memberikan definisi khusus penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (Djamaal dan Fachruddin, 2011).

Perkembangan dunia penyiaran saat ini terjadi dengan cepat dan tanpa batasan wilayah, didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Arus informasi dapat tersebar dengan sangat cepat, menghapuskan pembatasan ruang dan waktu. Hingga saat ini, radio tetap menjadi salah satu bentuk media massa yang digunakan dalam masyarakat sebagai sumber informasi, sarana edukasi, dan hiburan (Asyari, 2012).

Radio di Indonesia menghadapi permasalahan signifikan di era digital saat ini. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan media digital seperti podcast, layanan streaming musik, dan video yang menawarkan fleksibilitas yang lebih tinggi. Banyak pendengar tradisional yang beralih ke platform digital ini, menyebabkan penurunan jumlah pendengar radio yang berdampak langsung pada pendapatan iklan, yang merupakan sumber utama pendapatan stasiun radio. Permasalahan lain adalah kebutuhan untuk terus berinovasi dalam hal konten agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar, di tengah persaingan ketat dengan platform lain yang lebih interaktif dan visual (Nirwana dan Purnamasari, 2020).

Menurut survei Nielsen Consumer Media View (Nielsen 2017), Radio masih menduduki peringkat keempat dalam penetrasi dibandingkan dengan jenis media lainnya. Media luar ruang menduduki peringkat pertama dengan penetrasi

sebesar 53% diikuti oleh internet dengan 44 %, dan radio berada di posisi keempat dengan penetrasi sebesar 37 %. Sementara itu, media koran hanya memiliki penetrasi sebesar 7 % sedangkan majalah dan tabloid hanya sebesar 3 %. Media radio tetap diminati oleh khalayak karena sifatnya yang mudah diakses. Meskipun di era globalisasi ini muncul berbagai media yang lebih menarik seperti televisi dan internet, radio tetap mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu media yang populer.

Radio sebagaimana televisi dan majalah, tetap diminati oleh masyarakat. Salah satu indikasi keberlanjutan ketertarikan masyarakat terhadap radio adalah melalui jumlah stasiun radio yang tetap melimpah di seluruh Indonesia. Dalam rentang waktu antara tahun 1970 sampai 1980 di Indonesia, terjadi peningkatan enam kali lipat dalam jumlah pesawat radio yang digunakan. Pada tahun 1970, hanya terdapat 2,5 juta pesawat radio, sedangkan pada tahun 1980, angkanya mencapai 15 juta, dan pada tahun 1994, meningkat lagi menjadi 28,8 juta. Hanya pada tahun 1995, lebih dari 3,1 juta radio portable terjual, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar radio terbesar (Usman, 2009).

Seiring dengan perkembangan zaman, bisnis industri penyiaran radio mengalami situasi di mana beberapa stasiun radio swasta menghadapi kesulitan dan tutup satu per satu. Hal ini terjadi karena semakin berkurangnya jumlah pendengar radio seiring berjalannya waktu, yang utamanya dipicu oleh peningkatan pesat penetrasi internet. Fasilitas akses informasi dan konten yang cepat dan mudah diakses membuat masyarakat semakin jarang mendengarkan siaran radio. Fenomena ini menjadi salah satu faktor penyebab masyarakat beralih dari radio (Lestari 2018).

Menurut hasil survei Nielsen tahun 2018, setiap tahun terjadi penurunan hingga 3% dalam jumlah pendengar radio. Sebagai media promosi, radio hanya mencapai 30% penetrasi penggunaan di tengah masyarakat, dibandingkan dengan televisi, majalah, dan media lainnya. Penurunan ini juga disebabkan oleh mudahnya akses lagu melalui internet, kemampuan mengakses informasi melalui perangkat android, dan kurangnya rasa bangga dan keistimewaan ketika lagu yang diminta oleh masyarakat diputarkan di stasiun radio favorit mereka. Berdasarkan hasil survei

Indikator Sosial Budaya Badan Pusat Statistik (BPS), masyarakat (usia 10 tahun ke atas) yang mendengarkan Radio dalam seminggu terakhir hanya 13,31% pada tahun 2018, yang dimana angka ini merosot jauh dari 50,29% pada tahun 2003 (Kusnandar, 2019).

Daya tarik auditif radio terletak pada kemampuannya membangun keterikatan emosional dengan pendengarnya melalui gabungan elemen musik, vokal, dan efek suara yang mencolok. Ini tidak hanya berfungsi sebagai penghibur, tetapi juga sebagai sumber penyampaian informasi. Selain itu, radio memiliki kecepatan tinggi dalam mentransmisikan gelombang suara, memungkinkannya untuk menyajikan informasi dengan cepat dan akurat (Morissan, 2011).

Radio telah menjadi bagian besar dari industri yang penuh persaingan sejak tahun 1920 hingga saat ini. Stasiun-stasiun radio bersaing untuk menarik perhatian pendengar dan pengiklan. Untuk meraih dominasi di pasar, baik dalam hal pendengar maupun iklan, suatu stasiun radio harus memiliki pemahaman yang mendalam terhadap kondisi pasar. Mengingat meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi harian, beberapa stasiun radio menghadirkan inovasi-inovasi dalam program siaran, baik berupa layanan informasi maupun hiburan yang menarik. Cara stasiun radio berkomunikasi dengan pasar adalah kunci untuk membangun karakteristik unik, membedakan diri, dan bersaing agar dapat memenangkan perhatian sebanyak mungkin di pasar (Usman, 2009).

Pada dasarnya, terdapat tiga faktor utama yang mendukung keberlangsungan media sebagai industri, yaitu modal (*capital*), seperti pendapatan dari iklan dan biaya berlangganan, jenis konten media (*type of conten*), seperti acara kuis, sinetron, dan informasi, serta jenis audiens target (*type of audience*), seperti kelompok menengah ke atas, regional, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, rentang usia, dan lain-lain. Dengan demikian, persaingan antar media pada dasarnya adalah persaingan untuk memperebutkan ketiga faktor sumber daya tersebut (Kriyantono, 2008).

Sebagai perusahaan media, radio swasta di daerah masih memerlukan iklan untuk tetap bertahan, tetapi ketidakmerataan distribusi iklan telah menjadi hambatan tersendiri bagi radio-radio swasta lokal. Oleh karena itu, diperlukan

strategi khusus untuk menarik minat para pengiklan agar bersedia bekerja sama dan menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan radio swasta lokal. Sebagai bagian dari media lokal, radio swasta setempat perlu mempertimbangkan kepentingan lokal yang terkandung dalam iklan tersebut. Seperti yang diketahui, media swasta lokal bertujuan untuk turut serta dalam menjaga identitas lokal atau unsur-unsur yang berhubungan dengan daerah tersebut (Priliantini, 2017).

Radio VEDAC adalah salah satu radio lokal di Kota Yogyakarta. Diketahui dari profil perusahaan, pendengar atau audiens Radio VEDAC 99 FM didominasi oleh pendengar usia dewasa. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan dan strategi penyiaran yang efektif. Untuk menerapkan kebijakan program dan strategi penyiaran tersebut, penting untuk melakukan penelitian menyeluruh sesuai dengan perkembangan teknologi penyiaran.

Salah satu stasiun radio swasta yang terdapat di wilayah Yogyakarta adalah Radio VEDAC 99 FM. Radio VEDAC 99 FM merupakan sebuah stasiun radio yang berada di bawah naungan Balai Besar Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Seni Budaya Yogyakarta (BBPPMPV). Radio VEDAC 99 FM mengungjung tagline "Citra Pendidikan Seni & Budaya Indonesia", dengan konsep siaran seni dan budaya jawa, radio ini jelas berbeda dengan radio swasta lain.

Radio VEDAC 99 FM mulai beroperasi pada tahun 2000, VEDAC mengudara selama 18 jam setiap harinya, isi siarannya pun selalu konsisten dalam mengangkat citra seni dan budaya. Mulai dari lagu-lagu daerah terutama lagu jawa, hingga wayang kulit. Selain melestarikan seni dan budaya, VEDAC juga bertujuan sebagai media yang mendorong karya dan kreativitas guru seni dan budaya. Hal ini dibuktikan dengan tidak sedikit konten siaran yang disiapkan oleh guru-guru seni budaya seperti naskah cerita radio.

Radio sebagai media penyiaran memiliki potensi besar untuk menjadi alat pelestarian budaya. Ada tiga tantangan dalam usaha untuk menjaga kelestarian kebudayaan. Pertama, ada dorongan besar untuk melestarikan kebudayaan, tetapi di sisi lain, diperlukan dukungan dari pengiklan untuk mendanai acara tersebut. Kedua, sementara ada upaya untuk mempertahankan kebudayaan, namun terjadi gesekan dengan pengaruh budaya Barat yang terus merongrong kebudayaan lokal.

Dan yang ketiga, banyak masyarakat yang meragukan gengsi kebudayaan tradisional seperti kebudayaan Jawa, dibandingkan dengan budaya Barat (Cahyono, 2012).

Radio VEDAC sendiri melakukan penyiaran setiap hari Senin-Minggu pada pukul 06.00 – 00.00 yang memiliki segment tersendiri disetiap jamnya. Program yang disediakan oleh Radio VEDAC bervariasi mulai dari musik campur sari, acara hiburan GUDEG (Guyonan Dagelan), musik koepus, dan masih banyak lagi program budaya yang disiarkan oleh Radio VEDAC. Radio VEDAC memiliki keunikan tersendiri yaitu pola acara yang ditayangkan selalu menyiarkan musik-musik jaman dahulu seperti lagu tahun 1980 yang dimana siaran tersebut tidak selalu disiarkan oleh radio lainnya.

Berdasarkan hasil riset awal dengan melakukan wawancara koordinator Radio VEDAC 9 FM, Akhir Luksono 15 Maret 2024, di Yogyakarta mengatakan keterkaitan antara Radio VEDAC 99 FM dan Balai Besar Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Seni Budaya Yogyakarta (BBPPMPV), beberapa anggota dari BBPPMPV membuat yayasan YPKSDI dan mendirikan Radio VEDAC yang didalamnya terdiri dari Kominsaris dan Jajaran Direksi. Pada awal berdirinya, antara yayasan dan pihak BBPPMPV menjalin kerjasama termasuk membiayai program. Namun saat ini, lambat laun VEDAC membiayai sendiri operasionalnya dengan mencari iklan, sehingga dikatakan VEDAC mencari iklan dengan jejaringnya. Oleh karena itu, radio VEDAC 99 FM dengan BBPPMPV memiliki keterkaitan di sejarah kelahirannya saja, namun secara regulasi tidak ada kaitannya atau secara administrasinya. Artinya, meskipun Radio VEDAC 99 FM awalnya memiliki hubungan yang erat dengan Balai Besar Pengembangan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Seni Budaya Yogyakarta (BBPPMPV), keterkaitan tersebut kini terbatas pada sejarah kelahirannya. Beberapa anggota BBPPMPV terlibat dalam pendirian yayasan YPKSDI yang menjadi induk Radio VEDAC, namun saat ini radio tersebut telah mandiri dalam pembiayaan operasionalnya. Meskipun pernah menjalin kerjasama dalam pembiayaan program, Radio VEDAC kini mengandalkan pendanaan sendiri melalui iklan yang dicari melalui jejaringnya.

Radio VEDAC 99 FM sebagai stasiun yang sudah berdiri sendiri harus berupaya keras untuk mempertahankan program-programnya sembari memastikan keberlangsungan operasionalnya. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana media radio, dalam kondisi saat ini tetap berusaha mempertahankan budaya yang sebenarnya kurang signifikan bagi sebagian besar pendengarnya. Tantangannya adalah bagaimana mereka tetap dapat menjaga program budaya tersebut sekaligus mempertahankan audiens mereka agar radio tetap eksis. Dengan menggunakan teori Konvergensi Media, kita dapat menganalisis bagaimana Radio VEDAC 99 FM Yogyakarta mengimplementasikan strategi untuk mempertahankan program budaya di era digital. Teori Konvergensi Media menjelaskan bagaimana Radio VEDAC menggabungkan siaran radio tradisional dengan media digital seperti podcast, streaming online, dan sebagainya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Analisis ini dapat mencakup cara-cara di mana Radio VEDAC menggunakan teknologi digital untuk menghidupkan program budaya yang ada. Konvergensi Media akan digunakan sebagai kerangka analisis utama. Dengan judul **"Strategi Radio VEDAC 99 FM Yogyakarta dalam Mempertahankan Program Budaya di Era Digital"**. Penelitian ini didasarkan pada kajian literatur yang mencakup strategi yang telah digunakan oleh radio lain dalam konteks yang serupa.

#### **A. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi yang diterapkan radio VEDAC 99 FM dalam mempertahankan program budaya di era digital di Kota Yogyakarta?

#### **B. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi radio VEDAC 99 FM dalam mempertahankan program budaya di era digital di Yogyakarta.

#### **C. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### **1. Manfaat teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan yang baru yang berkaitan dengan media komunikasi yang

baik dan juga menambah teori dalam bidang Ilmu Komunikasi, penyiaran, serta memperkaya literatur akademis terkait pelestarian budaya dan penggunaan bahasa dalam media massa. Sekaligus menambah teori dalam bidang kepastakaan, khususnya jenis penelitian kualitatif, yang terakhir manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu memberikan wawasan, pengalaman, dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang strategi radio VEDAC 99 FM dalam mempertahankan budaya di era digital.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Radio VEDAC 99 FM

Memberikan kontribusi secara praktis dalam menjadikan komunikasi yang berkualitas serta dapat menentukan langkah-langkah yang tepat dalam mempertahankan budaya di era digital di kota Yogyakarta melalui strategi yang dilakukan oleh radio VEDAC 99 FM.

### b. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan serta mengembangkan keterampilan penelitian tentang bagaimana strategi Radio VEDAC 99 FM dalam mempertahankan program budaya di era digital.

## D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah penyusunan skripsi ini maka sistematika penulisan perlu untuk ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang paparan penulis yang menyampaikan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan juga implementasi dalam skripsi ini.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil dari tahapan penelitian, serta mendeskripsikan secara detail dan mendalam terkait temuan penelitian dalam menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Memuat tentang kesimpulan dan juga saran mengenai penelitian yang sudah dilakukan.

