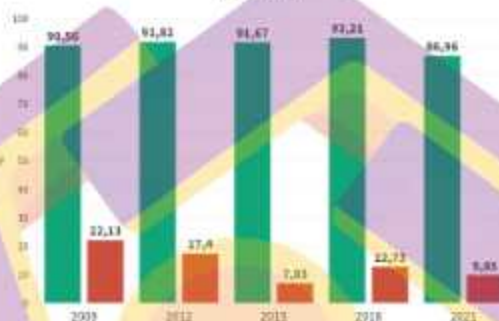


## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persentase Penduduk yang Menonton TV dan Mendengarkan Radio  
dalam Seminggu Terakhir  
(2009-2021)



Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar 1. 1 Persentase Penduduk yang menonton TV dan mendengarkan Radio dalam seminggu terakhir (2009-2021)

(Sumber: BPS dalam dataindonesia.id, 2022)

Pesatnya perkembangan digitalisasi memberikan dampak terhadap pola konsumsi masyarakat Indonesia dalam menggunakan media konvensional. Pada persentase dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang ditulis oleh Widi (2022) pada website dataindonesia.id, masyarakat Indonesia semakin lama mulai meninggalkan aktivitas menonton TV dan mendengarkan Radio, yang sebelumnya kedua alat tersebut merupakan alat yang sangat membantu masyarakat dalam menerima informasi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021, persentase penduduk Indonesia yang menonton televisi yaitu sebesar 86,96% dan penduduk Indonesia yang mendengarkan radio sebesar 9,85%. Persentase tersebut lebih rendah dibandingkan persentase tiga tahun sebelumnya yaitu sebesar 93,21%

penduduk Indonesia yang menonton televisi dan 12,73% penduduk Indonesia yang mendengarkan radio (Widi 2022). Bisa dilihat pada tabel diatas bahwa setiap waktunya penonton tv dan pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan. Bahkan, pendengar radio saat ini sangat rendah dibawah dari separuhnya penduduk Indonesia.



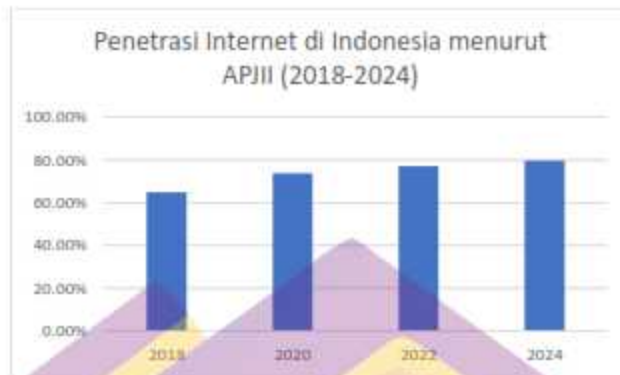
Gambar 1. 2 Logo Radio Kalaweit  
(Sumber: streema.com, 2024)

Akibat dari penurunan pendengar radio di Indonesia memberikan dampak pada salah satu stasiun radio yang tidak bisa melanjutkan siarannya yaitu radio Kalaweit 99,1 FM dengan segmentasi spesialis pelestarian lingkungan. Dilansir oleh (Wati 2022b) pada [kalteng.tribunnews.com](http://kalteng.tribunnews.com), berhentinya stasiun radio ini disebabkan karena perkembangan teknologi dan *social media* yang sangat cepat sehingga membuat Radio Kalaweit melakukan keputusan yang cukup mengagetkan terutama kepada penikmat siaran radio tersebut khususnya kepada pendengarnya di Palangkaraya, Kalimantan Tengah. Selain itu, pendengar radio yang sudah mulai turun dan beralih ke *social media*. Willyus Tinus yang merupakan Manajer dari radio tersebut, menjelaskan bahwa pendengar radio yang sudah mulai turun, beralih ke *social media* dan beberapa media yang mempunyai jangkauan global, hal tersebut yang dinilai sudah tidak efektif lagi untuk tetap melakukan siaran.

Meskipun mereka sempat mencoba untuk menggabungkan siaran radio dan juga *YouTube* pada tahun 2019, namun hal itu dinilainya berat dan membuat pemilik dari radio tersebut memutuskan untuk menutupnya (Wati 2022a).

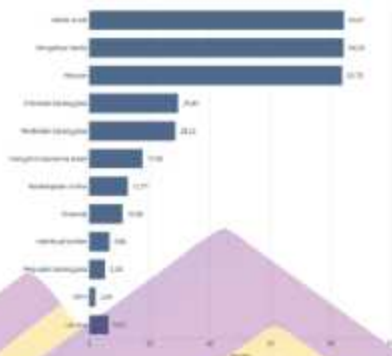
Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan terus berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Inovasi teknologi yang tercipta dalam satu dekade terakhir memiliki tujuan untuk membantu serta memudahkan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia, sehingga banyak manfaat positif yang bisa dirasakan oleh manusia dalam menikmati penggunaan teknologi (Ngafifi 2014). Namun, semenjak kehadiran teknologi yang mulai berdampingan dengan aktivitas manusia saat ini membuat hampir seluruh lini kehidupan membutuhkan teknologi dalam menunjang aktivitas sehari-hari (Tasruddin 2020).

Era digital adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kehadiran teknologi digital, jaringan internet, khususnya informasi komputer. Teknologi digital hadir di segala bidang kehidupan, salah satunya dalam berkomunikasi di mana manusia bisa saling berkomunikasi begitu erat satu sama lain meski memiliki jarak yang berjauhan. Di era ini juga manusia bisa menemukan informasi secara cepat, bahkan secara *real time* (Ngongo, Hidayat, dan Wiyanto 2019). Perkembangan yang terjadi di era digital, khususnya dengan kehadiran media internet yang sangat membantu manusia dalam keefektifan mereka dalam melakukan kegiatan. Maka bukanlah hal yang berlebihan jika menyebutkan manusia saat ini membutuhkan media internet. Dengan kehadiran internet maka media bisa dikategorikan menjadi dua, yaitu media konvensional dan media baru (Tasruddin 2020). Media konvensional adalah media yang ditemukan jauh sebelum ditemukannya media baru seperti tv, radio dan surat kabar. Media-media ini digunakan untuk mengirim atau menerima pesan dan informasi kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, media konvensional disebut juga sebagai media komunikasi massa. Sedangkan Media baru atau *new media* yaitu sarana komunikasi yang penggunaannya menggunakan internet dan teknologi digital seperti komputer (Aqsal, Duku, dan Jufrizal 2023).



Gambar 1. 3 Penetrasi Internet di Indonesia menurut APJII (2018-2024)  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti dalam [apjii.or.id](http://apjii.or.id), 2024)

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2024) yang ditulis pada [apjii.or.id](http://apjii.or.id), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi yaitu 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari data hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dibandingkan dengan periode sebelumnya, yang berarti ada peningkatan sebesar 1,4%. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian naik secara bertahap menjadi 73,7% di tahun 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19 di 2023, dan menjadi 79,5% di tahun 2024.



Gambar 1. 4 Persentase Tujuan Warga Indonesia borumur 16-30 tahun Dalam Menggunakan Internet  
(Sumber: BPS dalam databoks.katadata.co.id, 2023)

Selain dari penetrasi internet di Indonesia yang selalu naik sepanjang tahunnya, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang ditulis oleh Muhamad (2024) pada databoks.katadata.co.id, pada Maret 2023 sebanyak 94,16% warga di Indonesia usia 16-30 tahun pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Dari kelompok umur tersebut, mereka mempunyai alasan dan tujuannya tersendiri dalam menggunakan internet, mayoritasnya menggunakan internet untuk mengakses *social media* (84,37%), berita (84,28%), dan hiburan (83,78%). Selain itu, ada juga anak muda yang mencari informasi barang/jasa (29,45%), dan pembelian barang/jasa (28,52%). Kemudian untuk mengirim atau menerima *email* (17,66%), pembelajaran *online* (12,77%), dan keperluan finansial (10,99%). Sementara, anak muda yang menggunakan internet untuk pembuatan konten digital, penjualan barang/jasa, *work from home* (WFH), dan lain-lain lebih sedikit yaitu dengan persentase kurang dari 10%.

Meskipun di Indonesia Televisi dan radio mengalami penurunan penonton dan pendengar setiap waktunya, namun itu bukan menjadi akhir bagi kedua industri tersebut karena akses televisi dan radio di Indonesia lebih merata untuk menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Namun, ketatnya persaingan konten di era digital memaksa industri untuk berpandai dalam hal adaptasi, sehingga masyarakat tidak

akan meninggalkan televisi atau radio tersebut (Kemenparekraf 2020), karena sesuai dengan data diatas yang menjelaskan saat ini dari seluruh populasi di Indonesia yang telah menggunakan Internet yaitu sebanyak 66,5%.



Gambar 1. 5 Logo MQFM Jogja  
(Sumber: Dokumentasi MQFM Jogja, 2024)

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian yaitu radio yang masih aktif mengudara dan juga memanfaatkan media digital dalam proses menjangkau pendengarnya yaitu Radio Manajemen Golbu 92,3 FM (MQFM Jogja).



Gambar 1. 6 Jumlah Pendengar Radio MQFM Jogja Januari 2022- Juni 2024  
(Sumber: Hasil olahan peneliti, 2024)

Radio MQFM Jogja menunjukkan bahwa data pendengar radio mereka tidak mengalami penurunan signifikan sesuai dengan data penurunan pendengar

radio yang ada di Indonesia sebelumnya, hal ini menunjukkan bahwa mereka mampu mempertahankan pendengar mereka dengan baik. Menurut data yang diambil langsung dari MQFM Jogja, pendengar MQFM Jogja justru mengalami angka pendengar yang lumayan stabil, kenaikan dan penurunan yang tidak terlalu signifikan mulai dari Januari-juni 2022 yaitu sebanyak 16312 pendengar, Juli-desember sebanyak 18003 pendengar, Januari-juni 2023 sebanyak 18654 pendengar dan Juli-desember 2023. Namun, terlihat kenaikan yang signifikan pada Januari-juni 2024 yaitu sebanyak 33785 pendengar.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti radio MQFM Jogja sebagai objek penelitian, penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di era digital.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yaitu: Bagaimana strategi penyiaran radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di era digital

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami strategi penyiaran radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di era digital.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini, yaitu:

### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur komunikasi dengan memperkaya pemahaman mengenai strategi yang diterapkan oleh stasiun radio di era digital. Dengan fokus yaitu penerapan strategi penyiaran oleh radio MQFM Jogja, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana mereka mempertahankan pendengarnya dengan penerapan strategi penyiaran.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan mahasiswa dalam mempelajari dan mengembangkan konsep-konsep terkait di industri radio.

**b. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh radio MQFM Jogja untuk bisa meningkatkan strateginya dalam mempertahankan pendengar di era digital. Selain itu, temuan penelitian dan pembahasan ini juga dapat membantu praktisi di bidang radio dalam merancang strategi penyiaran. Praktisi dapat mempelajari metode dan strategi yang dilakukan oleh radio MQFM Jogja untuk perkembangan stasiun radio. Penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas radio di era digital.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan sebagai gambaran terkait alur penelitian disetiap babnya dan mempermudah dalam memahami suatu penelitian. Adapun alur pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

### **BAB 1. Pendahuluan**

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian terkait alasan peneliti meneliti strategi radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di era digital.

### **BAB 2. Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan terkait penelitian terdahulu. Selain itu, pada bab ini juga akan menjelaskan landasan konsep terkait Strategi penyiaran radio, dan kerangka berpikir.

### **BAB 3. Metode Penelitian**

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian strategi penyiaran radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di era digital.

### **BAB 4. Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan temuan dan hasil keseluruhan dari penelitian di radio MQFM Jogja.



## **BAB 5. Penutup**

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian strategi penyiaran radio MQFM Jogja dalam mempertahankan pendengar di radio MQFM Jogja yang telah dilakukan.

