

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Stasiun radio di Yogyakarta mulai menggunakan media sosial sebagai media promosi. Salah satu perusahaan radio yang memanfaatkan media sosial adalah Radio 92.3 MQFM Jogja yang aktif menggunakan platform *Instagram*. Media sosial *Instagram* digunakan sebagai media promosi untuk menarik perhatian para pendengar dengan cara memposting beragam informasi terkait program siaran, berita, event, maupun hiburan melalui akun *Instagram* milik perusahaan radio (Ichsan, *et al.*, 2024).

Radio 92.3 MQFM Jogja merupakan salah satu anak perusahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang bergerak dalam bidang penyiaran, yang mulanya memiliki nama Radio Swara Sembada. Akan tetapi, telah berganti nama menjadi MQFM Jogja, yang merupakan waralaba dengan Manajemen Qolbu Corporation yang menaungi PT. Radio Madinatussalam Bandung atau MQ 102.7 FM Bandung yang dimiliki K.H. Abdullah Gymnastiar. Pada 1 Februari 2006, Radio MQFM Jogja resmi memperoleh lisensi eksklusif dalam jangka waktu lima tahun dan terus diperpanjang. Radio 92.3 MQFM Jogja memiliki berbagai macam konten islami, inspiratif, dan terdapat pula musik positif yang membangun semangat. Program yang disiarkan adalah program islami kontemporer yang menginspirasi keluarga muslim di Indonesia. Radio ini bertujuan untuk menunjukkan agama islam yang indah dan damai, rahmatan lil' alamin. Tidak hanya bertujuan untuk dakwah, Radio 92.3 MQFM Jogja juga memiliki tujuan untuk membangun profesional muslim yang berjiwa *entrepreneur*.

Dalam mewujudkan program dan tujuannya, Radio 92.3 MQFM Jogja memanfaatkan media sosial *Instagram* dengan nama pengguna *@mqfmjogja*. Pada Maret 2024, akun tersebut telah memiliki total 9.840 pengikut, serta 7.890 postingan. Hal ini menandakan bahwa akun *instagram* Radio 92.3 MQFM Jogja aktif digunakan untuk kepentingan promosi dan publikasi.

Gambar 1.1 Feeds Instagram Radio 92.3 MQFM Jogja



(Sumber: MQFM Jogja, 2024)

Radio merupakan salah satu media massa yang digemari oleh masyarakat dan masih bertahan hingga saat ini meskipun telah masuk media baru seperti internet (Trinoviana, 2017). Perkembangan radio di era sekarang terus mengalami perubahan seiring dengan kemajuan teknologi. Banyak radio konvensional yang masih bertahan dan dapat mengikuti arus perkembangan zaman. Akan tetapi, banyak juga radio yang tidak berhasil dalam mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat yang sudah beralih menggunakan media digital. Meski media digital semakin populer, radio tetap memiliki wadahnya sendiri dan terus melakukan inovasi. Banyak stasiun radio yang melakukan digitalisasi, yang mana format siaran diubah ke dalam siaran digital seperti DAB (*Digital Audio Broadcasting*) dan HD Radio (Suskarwati, 2021). *Streaming online* melalui situs *web* juga menjadi inovasi bagi para stasiun radio agar parapendengar dapat mendengarkan radio secara *flexible* melalui ponsel karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan syarat ponsel terhubung oleh jaringan internet (Gushevinalti, *et al.*, 2020).

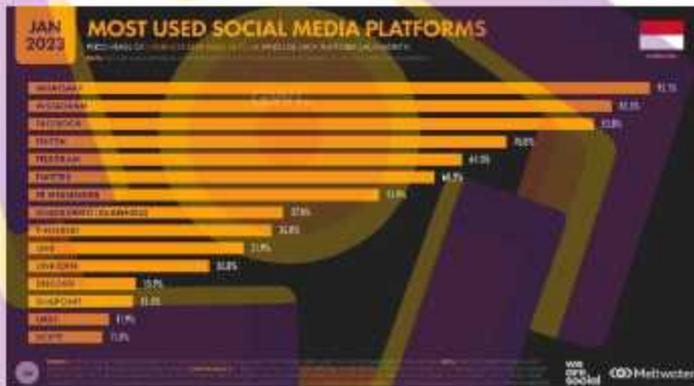
Inovasi baru yang banyak dilakukan oleh stasiun radio adalah dengan memproduksi konten *podcast* maupun *talkshow* yang dapat mendukung siaran utama dari stasiun radio. Dalam proses publikasinya, banyak stasiun radio yang berkolaborasi dengan *platform* musik *online* seperti *Spotify*, *Joox*, dan *Apple Music* untuk menciptakan alternatif baru bagi para pendengar yang ingin menemukan lagu-lagu maupun siaran favoritnya, dan memasukkannya ke dalam daftar putar milik para pendengar (Gushevinalti, *et al.*, 2020).

Kemajuan teknologi yang berkembang di tengah kehidupan masyarakat telah membawa perubahan besar dalam berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik secara langsung seperti komunikasi tatap muka, maupun tidak langsung seperti komunikasi melalui media (Nurhadi & Kurniawan, 2018). Komunikasi menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Salah satu bentuk perkembangan teknologi adalah fenomena digitalisasi media yang hadir berkat adanya kemajuan teknologi yang signifikan. Tumbuhnya digitalisasi media tersebut membuat segala sesuatu menjadi lebih cepat dan efisien serta mempermudah segala aktivitas manusia. Internet merupakan wujud kemajuan teknologi yang memiliki jaringan luas serta dapat menghubungkan seluruh manusia di muka bumi. Sebelum memasuki era digital, media yang digunakan untuk saling bertukar informasi adalah media tradisional seperti surat, telepon, televisi, dan radio (Gusna, *et al.*, 2022).

Salah satu terobosan penting dalam kemajuan teknologi adalah internet dan media di dalamnya khususnya media sosial. Media sosial sangat populer di kalangan masyarakat dan hampir digunakan setiap harinya. Pengguna internet menghabiskan sekitar satu jam 40 menit perhari di situs sosial, jika dibandingkan dengan satu:empat waktu yang digunakan untuk membaca e-mail yang merupakan aktivitas umum jika berkaitan dengan internet (Davidson, 2015).

Media sosial dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor perusahaan salah satunya perusahaan media seperti stasiun radio. Banyak perusahaan radio konvensional contohnya Radio 92.3 MQFM Jogja yang sedang dalam proses adaptasi dan mendekatkan diri dengan para pendengar melalui media sosial. Dengan berinteraksi di media sosial seperti membuat konten interaktif, dapat meningkatkan hubungan baik radio dengan para pendengar. Selain digunakan untuk berkomunikasi, media sosial dapat digunakan untuk promosi dan *branding*, memperluas jangkauan konten, dan meningkatkan strategi pemasaran dengan memproduksi konten dan membangun citra melalui media sosial (Leli, *et al.*, 2023).

Gambar 1.2 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan Tahun 2023



(Sumber: *We Are Social Hootsuite*, 2023)

Berdasarkan data *We Are Social Hootsuite*, pada Januari 2023 terdapat 86,5% pengguna *Instagram* di Indonesia yang mana *Instagram* berada di posisi kedua sebagai media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Instagram* merupakan sebuah media sosial berbasis internet yang dapat memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video melalui akun pribadi masing-masing. *Instagram* dapat diakses melalui aplikasi dan dapat diunduh melalui *smartphone* yang mendukung fitur terbaru dari aplikasi

tersebut. Selain menggunakan aplikasi di *smartphone*, *Instagram* juga dapat diakses melalui *web* resminya yakni [www.instagram.com](http://www.instagram.com). Dengan hadirnya media sosial *Instagram*, Radio 92.3 MQFM Jogja dapat mempertahankan eksistensinya serta melakukan promosi dan publikasi dengan mudah, serta dapat mendukung persaingan dengan stasiun radio lain yang ada di Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pemanfaatan media sosial khususnya *Instagram* sebagai media promosi bagi Radio 92.3 MQFM Jogja. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti mengambil judul penelitian **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi bagi Radio 92.3 MQFM Jogja”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi bagi Radio 92.3 MQFM Jogja?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, terdapat tujuan penelitian yang berguna untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Radio 92.3 MQFM Jogja memanfaatkan *Instagram* sebagai media promosi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini bermanfaat sebagai sumber pengetahuan baru dan acuan akademis bagi para pembaca terkait pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi sebuah radio.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media referensi dan bahan pendukung perusahaan dalam mengelola media sosial *instagram* sebagai

media promosi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian lain yang mengangkat topik mengenai radio dan media sosial.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat penelitian sebelumnya, landasan teori mengenai pemanfaatan media sosial, dan kerangka konsep penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat paradigma, pendekatan, metode, subjek, objek, dan waktu penelitian, serta teknik pengambilan, analisis data, dan keabsahan penelitian.

#### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat profil informan, temuan penelitian, dan pembahasan terkait pemanfaatan instagram sebagai media promosi bagi Radio 92.3 MQFM Jogja.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.