

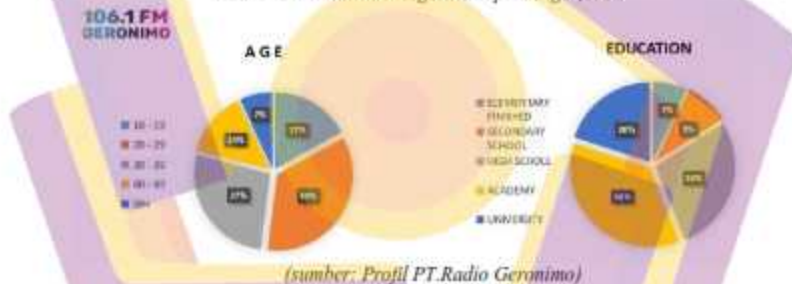
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gerha Rowang Nissreyasa Modana (Geronimo) adalah stasiun radio yang berdiri pada tanggal 31 Mei 1971 di Kota Yogyakarta. *Radio Geronimo* memiliki frekuensi 106,1 FM sesuai dengan *Rencana Induk Frekuensi Radio FM* yang telah ditetapkan oleh Menteri Komunikasi Indonesia. Geronimo sendiri dikelola dengan format tampilan *Top 40*, format ini merujuk pada jenis siaran radio yang menampilkan 40 lagu terpopuler atau *hit chart* yang banyak diputar oleh para pendengarnya. Dalam format *Top 40*, stasiun radio akan memutar lagu-lagu dari berbagai genre musik, mencakup lagu pop, rock, hip-hop, atau genre lain yang sedang populer di kalangan pendengar. Program ini dirancang untuk memenuhi selera audiens yang menginginkan lagu-lagu terbaru dan paling hits.

Gambar 1.1 Presentase segmentasi pendengar, 2024



Radio Geronimo FM memiliki target market pendengar secara umum adalah anak muda berpendidikan atau yang sedang menempuh studi, namun tidak menutup diri pada para eksekutif atau pengusaha, yang memiliki loyalitas pada program yang dihadirkan oleh *Radio Geronimo*. (Profil *Radio Geronimo*, 2024) memberikan presentase pendengar dengan karakteristik demografis yang didominasi oleh kelompok usia 20-29 tahun sejumlah (35%) dan pada usia 30 sampai 39 tahun sejumlah (27%), secara keseluruhan membentuk mayoritas presentase pendengar sejumlah (62%). Hal ini sejalan dengan target market Geronimo, yaitu pendengar dengan usia 18 hingga 39 tahun, sedangkan kelompok usia 40 sampai 49 tahun dan 50 tahun keatas menyumbang sejumlah 14% dan 7%. Secara keseluruhan Geronimo mampu mempertahankan target pasarnya.

Radio Geronimo menyajikan sebuah program siaran yang meliputi program musik, *talk show*, berita, hiburan dan konten edukasi. Program siaran yang dihadirkan oleh *Radio Geronimo* memberikan pendekatan dengan pendengarnya berdasarkan kebutuhan yang mereka inginkan, oleh karena itu setiap program mencakup berbagai macam tema yang telah disesuaikan berdasarkan jadwal tayang. Sejak pertama kali mengudara, *Radio Geronimo* telah berhasil membangun kedekatan dengan audiensnya melalui berbagai program yang tidak hanya mengutamakan kualitas siaran, tetapi juga relevansi dengan kebutuhan dan selera pendengar. Salah satu daya tarik utama dari stasiun radio ini adalah program-program lawas yang banyak digemari, seperti Angkringan Gayam, Kos-Kos an Gayam dan Kedai 24, yang mengangkat kenangan masa lalu yang mengundang rasa rindu bagi pendengar yang telah lama menjadi pelanggan setia. Program-program tersebut tidak hanya memiliki basis penggemar yang loyal, tetapi juga mampu membangkitkan rasa nostalgia di kalangan pendengar yang lebih tua dalam segi usia.

Program yang dihadirkan oleh *Radio Geronimo* menggunakan metode siaran *live on air* yang disajikan secara langsung dan interaktif. Melalui siaran *live*, pendengar dapat merasakan pengalaman yang berbeda, di mana mereka tidak hanya mendengarkan konten yang telah direkam sebelumnya, tetapi juga terlibat langsung dalam acara yang sedang berlangsung. Siaran *live* memungkinkan interaksi langsung antara penyiar dan pendengar, baik melalui telepon, pesan teks, maupun media sosial, yang semakin mempererat hubungan emosional antara radio dan audiensnya. Perangkat siaran *Live On Air* menggunakan *Outside Broadcast Van*, kendaraan khusus yang dilengkapi berbagai peralatan produksi. Model siaran ini mempunyai fleksibilitas dalam bentuk program siaran yang dihadirkan kepada pendengarnya, secara langsung pendengar dapat merasakan proses produksi siaran yang sedang berlangsung.

Tabel 1.1 Data Pendengar Radio Geronimo

Survey Nielsen, 2022

Standard aRAM Report	New File*
Period	Survey(12-2022)
Options	Listening >= 15mins L All Listening Locations
Data Source	Indonesia Radio
Day Part Set File	WEEKDAYS ALL DAY PART
Markets	YOGYAKARTA
Report Mode	Daypart
18 - 39 MF UM	
	W TOP 10 LONG (MIN)
1	GERONIMO 103
2	RED FM 102
3	PRIDIUM 101
4	DISNEY FM 95
5	KOP FM 75
6	DESI FM 71
7	WIS FM 68

Survey Nielsen, 2024

Standard aRAM Report	New File*
Period	Survey(12-2023)
Options	Listening >= 15mins L All Listening Locations
Data Source	Indonesia Radio
Day Part Set File	WEEKDAYS ALL DAY PART
Markets	YOGYAKARTA
Report Mode	Daypart
18 - 39 MF UM	
	W TOP 10 LONG (MIN)
1	Top FM 135
2	RED FM 75
3	PEAKERS 72
4	PRIDIUM 68
5	NETTIC 65
6	YOGYAKARTA 63
7	GERONIMO 57

Sumber : (ACNIELSEN PT Radio Geronimo)

Permasalahan radio terletak pada lintas generasi terkait dengan segmentasi pendengar melalui program baru dan lawas, dapat dijelaskan dengan melihat perubahan tren konsumerisme media, preferensi pendengar, serta dinamika perkembangan teknologi dan sosial. Perubahan Demografi Pendengar Setiap generasi memiliki kebiasaan dan preferensi yang berbeda dalam mengonsumsi media. Radio harus memikirkan cara untuk mengakomodasi dua segmen pendengar yang berbeda ini dalam satu platform. Segmentasi program baru dan lawas untuk menarik berbagai generasi, banyak stasiun radio membuat pembagian antara program baru dan lawas. Program lawas, seperti musik klasik atau acara yang sudah populer pada masa sebelumnya, lebih disukai oleh pendengar yang lebih tua atau yang memiliki kecintaan terhadap nostalgia. Di sisi lain, program baru, seperti konten yang lebih kekinian, talk show dengan topik trending, atau musik terbaru, lebih menarik bagi pendengar muda.

Menjaga Kepuasan Pendengar, merupakan sebuah tantangan bagi industri radio untuk dapat bertahan, stasiun radio harus kreatif dalam menyajikan program yang relevan. Perbedaan preferensi dan kebiasaan media antara generasi muda dan generasi tua menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi jumlah pendengar. Generasi muda lebih cenderung memilih platform digital seperti *streaming* musik atau podcast yang lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup mereka, sementara generasi yang lebih tua masih setia pada radio konvensional. Perubahan teknologi yang cepat dan kemudahan akses media melalui perangkat mobile membuat radio konvensional semakin terpinggirkan. Penurunan jumlah pendengar radio dapat dipahami dalam konteks pola konsumsi ini. Pendengar yang

lebih muda, khususnya, cenderung memilih media yang lebih fleksibel, menarik, dan personal. Radio konvensional, meskipun masih memiliki audiens setia, semakin terpinggirkan oleh berbagai platform digital yang lebih relevan dengan gaya hidup yang lebih dinamis. Secara keseluruhan, perubahan preferensi media mencerminkan pergeseran budaya konsumsi media dari yang lebih tradisional menuju yang lebih interaktif, personal, dan berbasis internet, yang tentunya berdampak pada penurunan jumlah pendengar radio.

(Kurniawan, 2020) mengatakan bahwa promosi membantu stasiun radio membangun daya tarik pendengar dengan menonjolkan keunikan dan kualitas program-program yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat memperkuat identitas dan citra stasiun tersebut di kalangan pendengarnya. Promosi program sebagai identitas *Radio Geronimo* memiliki peran penting dalam membangun daya tarik pendengar dan membedakan diri dari pesaing. Dengan mempromosikan program-program unggulan secara efektif, *Radio Geronimo* dapat menarik perhatian pendengar baru, mempertahankan loyalitas pendengar setia, dan menciptakan citra yang konsisten yang menggambarkan karakter radio tersebut. Selain itu, promosi yang kuat juga meningkatkan keterlibatan audiens, mendorong mereka untuk lebih aktif mengikuti acara, serta memperkenalkan nilai atau pesan yang ingin disampaikan oleh stasiun. Melalui pendekatan ini, *Radio Geronimo* dapat memperkuat posisinya di pasar radio yang kompetitif, menarik sponsor, dan tetap relevan dengan perubahan selera audiens, terutama di era digital pada saat ini. Pramawati, Putri & Mulyawan (2020) mengungkapkan dengan penggunaan pemasaran secara digital dirasa mampu memberikan potensi besar dalam mencapai efisiensi tujuan perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Gambar 1. 2 Persentase usia pengguna Instagram

Distribution of Instagram users worldwide as of April 2024, by age group



Characteristic	Percentage of users
18-24	31.7%
25-34	30.6%
35-44	18.0%
45-54	8.7%
55-64	4.6%
65+	2.9%

sumber: (Statista, 2024)

Statista (2024) menyatakan bahwa lebih dari 60% pengguna *Instagram* berusia antara 18 hingga 34 tahun, yang menunjukkan bahwa platform ini sangat populer di kalangan audiens muda, yang menjadi target utama bagi *Radio Geronimo*. Secara rinci yaitu pada usia 18-24 tahun mencapai 31.7 % dan rentan usia 25 hingga 34 mencapai 30.6%. Data ini menunjukkan bahwa *Instagram* menjadi platform yang tepat untuk menjangkau generasi milenial dan Gen Z, yang lebih akrab dengan media sosial dan lebih memilih konten visual. Hal ini menjadikan alasan kuat *Radio Geronimo* untuk menjadikan *Instagram* sebagai media promosi program mereka.

Penelitian ini menjelaskan alasan pemilihan media sosial *Instagram* sebagai platform utama berdasarkan beberapa aspek tolak ukur, yaitu segmentasi pada audiens muda, fitur interaktif atau *Real Time Management*, visualisasi konten, kedekatan dengan influencer untuk membangun kolaborasi, serta ketersediaan fitur analitik. Menurut Sutrisno (2021), penggunaan media sosial dalam dunia radio tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga meningkatkan keterlibatan audiens melalui berbagai fitur interaktif yang ditawarkan platform seperti *Instagram*, seperti polling, *live streaming*, dan konten berbasis visual yang menarik. *Instagram* memiliki pendengar yang sangat dominan dari kalangan generasi milenial dan Gen Z, yaitu kelompok umur yang menjadi audiens utama bagi banyak stasiun radio modern saat ini, termasuk *Radio Geronimo* yang memiliki rentang usia sesuai dengan segmentasi mereka. Dibandingkan dengan platform lain seperti *TikTok* yang memiliki *engagement rate* lebih tinggi (5-9%) namun kurang mendukung *brand consistency* karena sifat konten yang viral dan cepat berganti,

serta *Twitter* yang memiliki *engagement rate* rendah (0.5-1%) dan lebih dominan pada audiens dewasa (25-49 tahun), *Instagram* terbukti menjadi pilihan strategis karena menggabungkan kekuatan visual melalui foto, video, *IGTV* dan *Reels*, interaktivitas melalui *Stories* dengan polling dan Q&A, serta *demographic match* yang optimal dengan *engagement rate* 1-3% yang stabil untuk membangun loyalitas jangka panjang sesuai target audiens *Radio Geronimo* yang memiliki jumlah pengikut mencapai 21,3 ribu pendengar serta memiliki perbandingan jumlah yang cukup besar dibanding media sosial *Tiktok* dan *Twitter*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian "*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Program Siaran Radio Geronimo 106.1 FM*", rumusan masalah dalam penelitian ini mengkaji *Radio Geronimo* dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai platform untuk mempromosikan program siaran. Berdasarkan rumusan diatas bahwa rumusan masalah memberikan arah yang jelas untuk penelitian, membantu peneliti fokus pada aspek-aspek tertentu yang ingin dianalisis. Dengan rumusan masalah yang jelas, peneliti dapat mengidentifikasi area yang perlu dieksplorasi lebih dalam dan mendalam. Dalam konteks penelitian ini yaitu peneliti menganalisis secara spesifik bagaimana pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosi yang dilakukan *Radio Geronimo* untuk memperkuat dan menjaga hubungan dengan audiens atau pendengarnya.

Bagaimana *Radio Geronimo* memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk mempromosikan program siaran?

1.3 Tujuan Penelitian.

- Menganalisis pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosi program siaran *Radio Geronimo*.
- Memahami cara radio memanfaatkan *Instagram*, termasuk jenis konten dan frekuensi unggahan.
- Menilai peran *Instagram* dalam meningkatkan jumlah pendengar dan interaksi audiens.
- Memberikan gambaran mengenai strategi dan hambatan dalam penggunaan *Instagram* sebagai alat promosi program siaran.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

- 1) Memberikan wawasan strategis kepada *Radio Geronimo* terkait pemanfaatan *Instagram* sebagai media promosi program siaran.
- 2) Memberikan panduan praktis kepada pengelola media sosial mengenai konten dan strategi komunikasi yang relevan dan sesuai dengan karakteristik pendengar.

1.4.2 Manfaat Akademis

- 1) Menjadi referensi dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pemanfaatan media sosial pada berbagai platform media sosial.
- 2) Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji peran media sosial dalam membangun loyalitas pendengar.

