

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya industri media digital di Indonesia manusia terus memperbarui teknologi dengan alat yang semakin canggih. Program yang disajikan dari media digital merupakan suatu keperluan untuk membantu masyarakat dalam mengetahui informasi di sekitar mereka. Karena itu informasi yang disampaikan media harus benar dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Globalisasi juga dapat dikatakan membawa nilai yang berpengaruh bagi selera dan gaya hidup setiap individu. Adanya media tanpa batas ini, masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi dari seluruh belahan dunia (Surahman, 2013).

Radio adalah sebuah teknologi merupakan salah satu jenis media massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik dimana sinyal yang diberikan diterima langsung oleh sinyal dinamakan gelombang elektromagnetik. Sinyal radio ini merambat melewati udara bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang kosong, sinyal sama sekali ini tidak memerlukan medium pengangkut molekul udara (Nuraeni, 2018).

Dalam sebuah media radio perlu adanya dukungan seperti halnya komunikasi antarpribadi yang penyampaian informasinya dilakukan antara dua orang atau lebih. Dimana manusia memperoleh makna, identitas, dan hubungan – hubungan melalui komunikasi antar manusia saling bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan untuk sebagai acuan untuk mendapatkan apa yang sudah dikehendaki. Dengan ini mampu untuk menyampaikan suatu gagasan, pesan dengan lengkap dan jelas kepada siapapun. Serta memiliki kemampuan untuk mempelajari dan memahami gaya komunikasi orang lain, untuk meraih keberhasilan (Budyatna, 2015)

Dengan, adanya sumber daya manusia perkembangan kualitas program media digital dapat mempertahankan stasiun radio. Namun pada saat ini ada beberapa stasiun radio yang tidak mampu mempertahankan eksistensinya

karena beratnya persaingan dalam industri media digital. Program telah dibuat sebelumnya masih dalam kualitas yang sangat rendah karena kurangnya dukungan dalam meningkatkan kualitas program untuk ditayangkan di sosial media saat ini. Pesatnya perkembangan internet menjadi tantangan bagi industri stasiun radio di Indonesia, namun hal tersebut bukan tanda berakhirnya industri stasiun radio.

Program radio sendiri sebenarnya jenisnya tidak terlalu banyak bisa dikatakan hanya ada beberapa program saja. Secara umum program radio terdiri dari dua jenis yaitu musik dan informasi disuguhkan untuk menghibur para pendengar agar program yang di bawakan bervariasi dan tidak monoton. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk pada akhirnya bisa memenuhi kebutuhan dalam hal komunikasi dan informasi yang akan di berikan kepada audiens (Soraya, 2019).

Berdasarkan Nielsen Radio *Audience Measurement* pada kuartal ketiga tahun ini menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Hasil Survey Nielsen menunjukkan bahwa mencapai hingga 57 persen pendengar radio merupakan konsumen masa depan yang berada pada usia relatif muda. Kontribusi dari pendengar radio ini didominasi kurang lebih Milenial hingga 38 persen, Generasi X hingga 28 persen, dan Generasi Z hingga 19 persen. Sementara pendengar radio pada Generasi *Baby Boomers* dan *Silent Generation* relatif lebih sedikit, masing-masing yang hanya berkontribusi sebesar 13 persen dan 2 persen (Nielsen,2016).

Berkembangnya *youtube* sebagai media sosial nomor satu di Indonesia sangat berpengaruh pada perkembangan teknologi yang di berikan kepada khususnya generasi muda kemajuan ini menjadi bagian dari kepentingan berbagai sektor apapun karena sebagian besar kini sosial media digunakan untuk kepentingan Pendidikan dan pembelajaran media ini dapat digunakan. Dar hasil Survei *We are Social* menyebutkan penduduk Indonesia yang aktif bermain media sosial mencapai 150 juta orang. Dari beragam jenis media sosial *Youtube* yang paling banyak dimainkan mencapai 88 persen (Redaksi, 2019).

Radio Manajemen Qolbu MQFM Jogja media penyiaran Islam dengan tagline “Radio Inspirasi Keluarga Indonesia”. Perusahaan penyiaran Radio MQFM ini mengembangkan konten di media sosial seperti Instagram dan *Youtube*. MQFM menjadikan *Youtube* sebagai *platform* media untuk *livestreaming*. MQFM Jogja juga melakukan produksi konten *Youtube* yang terbagi menjadi salah satunya adalah Jogja Akhir Pekan merupakan program konten media digital yang memberikan informasi wisata keluarga di Yogyakarta dan sekitarnya. Dari data radio konvensional sekarang semakin rendah pendengar maka perlunya meningkatkan perkembangan radio di media digital *Youtube* seperti program yang lebih menarik untuk meningkatkan eksistensi kualitas program radio saat ini.

Arus informasi dan komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah tim produksi. Dalam komunikasi ini kita memahami bagaimana menyampaikan informasi keseluruhan bagian untuk meningkatkan komunikasi dalam kerjasama seluruh bagian tim produksi.

Pada penelitian ini dilakukan di stasiun radio MQFM Jogja mengarah kepada dimana proses terjadinya kerjasama tim produksi untuk meningkatkan kualitas program digital *Youtube*. Berdasarkan observasi awal MQFM Jogja masih belum maksimal di media *youtube*. Karena kurangnya sumber daya manusia di Tim Produksi pada Program Jogja Akhir Pekan. Untuk meningkatkan kualitas program tim produksi harus mempunyai keahlian dalam melakukan koordinasi, pentingnya *teamwork* di lapangan mudah dipahami oleh tim untuk menghindari kesalahpahaman mengenai informasi yang didapat saat produksi program dapat berjalan lancar. Sehingga masyarakat dengan mudah mengkonsumsi program yang ditayangkan di *platform* media *youtube*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal tim produksi untuk meningkatkan kualitas program Jogja Akhir Pekan di tengah persaingan radio yang semakin berkembang teknologi informasinya, dengan tujuan agar radio MQFM Jogja tetap bisa bersaing di dunia media digital. Maka karena itu penulis tertarik untuk

melakukan penelitian “Efektifitas Komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan Kualitas Program Jogja Akhir Pekan “

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang peneliti angkat adalah sebagai berikut Bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal dalam kerjasama tim produksi untuk meningkatkan kualitas program Jogja Akhir Pekan di Youtube MQFM Jogja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini, tujuan penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal dalam kerjasama tim produksi untuk meningkatkan kualitas program Jogja Akhir Pekan di Youtube MQFM Jogja.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan, diharapkan memberikan berbagai manfaat antara lain.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis ialah menerapkan ilmu yang diterima selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai komunikasi interpersonal terkait kerjasama tim produksi untuk meningkatkan kualitas Program Jogja Akhir Pekan Radio MQFM Jogja di youtube.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan berbagai pihak Radio 92,3 MQFM Jogja terkait komunikasi yang terjadi pada kerjasama anggota tim magang dan perusahaan untuk meningkatkan kualitas program Jogja Akhir Pekan di youtube.