

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu alat komunikasi yang bertahan hingga saat ini dan menjadi media masa tertua yang pernah ada. Hal ini terlihat dari tingginya minat masyarakat terhadap media massa konvensional ini karena radio berperan sebagai penyebar informasi dengan cakupan yang luas dibandingkan dengan media cetak.

J.C Maxwell dan Helmholtz Hertz pada tahun 1887 untuk pertama kalinya berhasil membuat gelombang radio. Penemuannya semakin berkembang yang kemudian menjadi media massa dan hingga saat ini masih dipercaya oleh masyarakat (Morissan, 2008 : 2). Radio merupakan salah satu media massa yang menyampaikan informasi kepada pendengar tanpa menunjukkan visualisasi. Radio memiliki keunikan sebagai media yang buta karena menjadi sarana penyampaian pesan hanya dalam bentuk suara dan berusaha melakukan visualisasi penyampaian pesan melalui pendengaran saja. Sebagai salah satu media massa yang masih diminati masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi ataupun hiburan adalah karena radio memiliki karakteristik terasa dekat antara penyiar dan pendengar, sehingga membuat radio masih tetap ada meskipun banyak gempuran di era digitalisasi. Perkembangan teknologi informasi sangat mempengaruhi kebutuhan akan akses informasi, berita dan hiburan secara cepat. Hal ini menjadi tantangan bagi media penyiaran dalam menyampaikan informasi agar bisa bertahan di era digitalisasi.

Berdasarkan survei Nielsen Consumer Media View pada tahun 2017, menyebutkan penetrasi radio menempati pada urutan keempat. Dengan rincian televisi pada urutan pertama dengan 96 persen, media luar ruangan seperti reklame dengan 53 persen, internet 44 persen dan pada posisi keempat radio 37 persen (Kumparan.Com 2023).

Berdasarkan data Dewan Pers, terdapat 1.711 perusahaan media di Indonesia yang telah terverifikasi hingga Januari 2023. Dari jumlah tersebut media digital mendominasi sebanyak 902 perusahaan. Hal tersebut berbanding terbalik dengan media cetak yang mulai ditinggalkan dan beralih ke media online (DataIndonesia.id 2023).

Data Dewan Pers menunjukkan, terdapat 423 perusahaan media di dalam negeri. Jumlah media televisi yang terverifikasi sebanyak 369 perusahaan dan perusahaan radio yang terverifikasi hanya 17. Jumlah data tersebut sangat memprihatinkan pada era digital saat ini. Kebutuhan akan informasi yang sangat tinggi bagi masyarakat terhalang oleh redupnya industri media konvensional seperti radio (Kumparan.Com 2023).

Di tengah redupnya industri radio, terdapat sebuah data dari Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia di mana radio mengalami peningkatan pendengar hingga 21% sejak 2017 hingga 2020. Penyiaran radio menjangkau 22,759 juta orang pendengar per hari dengan rata-rata mendengarkan program penyiaran radio sebanyak 120 menit per hari atau lebih dari 2 jam (Banyak Fakta dan Mitos Menarik seputar Radio yang Unik dan Seru! 2020) (radioindonesia.co.id 2020).

Dari data tersebut menunjukkan bahwa meskipun radio adalah media massa yang tertua dan mulai meredup tetapi radio masih menjadi alat komunikasi yang eksis dan patut diperhitungkan. Di era digital sekarang radio masih mampu bertahan hidup dan bersaing dengan media komunikasi lainnya, hal ini membuktikan bahwa radio mampu untuk terus berkembang dan berevolusi.

Dalam Undang-undang Penyiaran tahun 2002, terdapat berbagai jenis stasiun penyiaran yang terbagi ke dalam empat jenis stasiun penyiaran. Keempat jenis stasiun penyiaran tersebut adalah stasiun penyiaran swasta, stasiun penyiaran berlangganan, stasiun penyiaran publik, dan stasiun penyiaran komunitas (Morissan 2018).

Dalam menentukan jenis program penyiaran berarti menentukan atau memilih daya jual ataupun daya tarik dari suatu program penyiaran tersebut.

Daya tarik yang dimaksud merupakan bagaimana sebuah program penyiaran bisa mempertahankan dan menarik perhatian publiknya. Setiap program penyiaran dari setiap stasiun radio tidak sulit dalam membuat sebuah program penyiaran radio, namun yang menjadi kesulitan dalam membuat program penyiaran radio adalah bagaimana cara membuat program penyiaran radio tersebut tetap bertahan dan dapat dinikmati pendengarnya sehingga program tersebut dapat bertahan pada keadaanya (Rahayu and Katili 2019).

Meski banyak media komunikasi penyampai pesan dan hiburan, radio tetap memiliki segmentasi tersendiri walau tidak secemerlang dahulu. Di Indonesia sendiri masih terdapat beberapa radio yang masih eksis hingga saat ini, seperti Prambors radio, Trijaya FM, Radio Dangdut Indonesia (RDI), Gen FM, Had Rock FM dan masih banyak lagi. Tentunya setiap radio memiliki strateginya masing-masing agar tetap mempertahankan kepuasan pendengarnya. Namun tidak sedikit radio yang tutup karena kehilangan pendengar.

Salah satu radio yang masih bertahan adalah radio Hard Rock FM. Hard Rock FM merupakan salah satu radio kontemporer dewasa yang awalnya berada di Jakarta, namun setelahnya berkembang di beberapa kota seperti Bandung, Surabaya, dan Bali. Radio ini telah mengudara selama 27 tahun yaitu sejak 20 April 1996 dan selama 24 jam nonstop melakukan siaran. Salah satu program yang terkenal di radio ini adalah “drive n jive” yang mengudara dari pukul 16.00--20.00 WIB. Segmentasi programnya adalah anak muda dengan range usia antara 15--25 tahun. Hard Rock FM merangkul pendengar yang *smart, dinamis, urbanis, dan visioner*. Hard Rock FM memiliki jargon "*Lifestyle and Entertainment Station*" yang memiliki makna mampu mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana persepsi pendengar program siaran ‘drive n jive’ sehingga radio ini masih tetap eksis sampai hari ini. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti mengambil judul **“Persepsi Pendengar Radio Hard Rock Fm Terhadap Siaran Drive N Jive (Studi Kasus Radio Hard Rock Fm Jakarta).”**

Untuk memperkuat relevansi penelitian, maka peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, di antaranya:

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Kesimpulan
1	Achmad Fauzi	Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Berita Terkini di Radio 98,7 Gen FM	Terdapat hubungan yang signifikan antara isi berita dengan motif kepuasan pendengaran berita terkini di 98,7 Gen FM
2	Nurul Hidayah Syam	Radio Suara Simpati Angkasa Sebagai Media Layanan Informasi Publik Di Kabupaten Pinrang (Studi Program Lintas Daerah)	Radio Suara Simpati Angkasa Sebagai Media Layanan Informasi Publik Di Kabupaten Pinrang adalah program yang melewati serangkaian tahapan produksi yang ketat sehingga dihasilkan program yang faktual dan kompeten hingga bisa dipertanggungjawabkan.
3	Ika Fitri Nurwati	Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya	Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan penyiar adalah gaya siarannya dan menggunakan sosial media

		Mempertahankan Jumlah Pendengar Di Jember	untuk lebih dekat dengan pendengar.
4	Sartika Sartika dan Jauhar Wahyuni	Strategi Program Good Morning Hard Rockers Show Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar	Strategi yang diterapkan dalam program Good Morning Hard Rockers Show, beberapa strategi konten sesuai dengan strategi program yang dikemukakan oleh Susan Tyler Eastman (2012), yang terbagi ke dalam lima kelompok yakni strategi kesesuaian (<i>compatibility</i>), strategi pembentukan kebiasaan (<i>habit formation</i>), strategi pengontrolan arus pendengar (<i>control of audience flow</i>), strategi penyimpanan sumber daya program (<i>conservation of program resources</i>), dan strategi daya tarik massa (<i>breadth of appeal</i>).
5	Marga Rahayu	Analisis Persepsi	Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh

	Pendengar Terhadap Program Siaran Voice Of Indoensia di Programa 2 RRI Samarinda	diketahui bahwa persepsi pendengar bila dikaitkan dengan teori <i>uses and gratification</i> maka program Voice Of Indonesia dikatakan sudah mampu memenuhi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan berkhayal, dimana informan mengakui sebagai pendengar, mereka mendapatkan gratifikasi atau manfaat setelah mendengarkan program VOI.
--	--	--

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mengangkat rumusan permasalahan yang ingin penulis analisis dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana persepsi pendengar terhadap program siaran ‘drive n jive’ di Radio Hard Rock FM?

1.3 TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mencari, atau menganalisis bagaimana persepsi pendengar program siaran drive n jive di Hard Rock FM.

Selain itu, untuk mengetahui apa yang membuat pendengar tetap mendengarkan siaran radio padahal saat ini beragam pilihan media hiburan lainnya.

1.4 MANFAAT

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara akademis, praktis, maupun sosial bagi peneliti dan pembaca di kemudian hari. Adapun manfaatnya antara lain :

1. Manfaat akademis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran sesungguhnya terkait fenomena radio dan pendengar sehingga penelitian ini menjadi salah satu rujukan referensi bagi beberapa pihak yang akan melakukan penelitian sejenis atau penelitian lanjutan.
2. Manfaat praktis : diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan sekaligus panduan bagi pekerja praktis yang bekerja di bidang radio atau yang baru mau memulai bekerja di radio.
3. Manfaat sosial : diharapkan melalui penelitian ini masyarakat lebih mengetahui dan dapat memilih program penyiaran radio yang sesuai dengan minatnya dan menjadikan program penyiaran radio menjadi program penyampaian pesan yang informatif.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan penelitian ini ditulis dalam lima bab yang kemudian dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini memaparkan mengenai latar belakang masalah penelitian yang diangkat, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan penelitian terdahulu, konsep penelitian, teori penelitian yang berhubungan dengan penelitian dan kerangka berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan key informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode dari penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, tehnik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan penelitian yang dilakukan berupa kesimpulan dan saran.