

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Konvergensi media yang dilakukan pada lembaga penyiaran radio, baik radio siaran publik maupun radio komersial dilakukan agar tetap menjangkau pendengar yang telah mengalami perubahan gaya hidup serba digital. Persaingan industri media massa di era digital membuat radio harus bersaing dengan media massa jenis lainnya yang menarik pendengar seperti TV dan media *Online* maupun media digital lain untuk tetap bertahan di era digitalisasi. Konvergensi media merupakan suatu keharusan bagi berbagai media komunikasi jika tidak ingin mati ditelan zaman, tidak terkecuali radio. Strategi konvergensi media diperlukan untuk menarik minat generasi millennial dengan menggandeng digitalisasi serta peningkatan kreativitas konten siaran radio (Dedeh dalam Ira, 2019).

Bentuk konvergensi radio di era digital diantaranya, menyediakan layanan *streaming* digital yang *multiplatform* dan pemanfaatan media baru (*new media*). Media penyiaran radio yang telah menerapkan konvergensi media diantaranya Radio Republik Indonesia yang merupakan radio siaran publik dan Radio Sonora FM yang merupakan radio siaran swasta. Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai Radio Siaran Publik melakukan konvergensi media dengan mengadopsi bentuk baru dalam penyiaran seperti hadirnya radio *streaming*, *website*, aplikasi, maupun sosial media (Khasna, Lathifah, Ismandianto, 2021). Radio Sonora FM juga melakukan konvergensi media dengan menghadirkan radio *streaming*, *website*, aplikasi, dan penggunaan sosial media.

Terdapat konvergensi media model kontinum menurut Dailey, Demo, dan Spillman (Dalam Rahayu & Yelmi, 2021) dengan lima tahapan aktivitas dengan didasarkan dalam tingkat partisipasinya yaitu *Cross-Promotion*, *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*. Dari 5 tahap konvergensi model kontinum ini, RRI Jakarta dan Sonora terlihat telah melakukan tahap *Cross-Promotion*.

*Cross-Promotion* merupakan tahap dimana adanya kerja sama antar dua atau beberapa media untuk memberikan ruang yang dapat memperkenalkan dan mempromosikan konten dari platform media masing-masing. Bentuk *Cross-Promotion* yang dilakukan seperti terdapat konten di Instagram yang memberikan informasi mengenai program siaran yang akan ditayangkan di *platform* media lain yaitu Youtube, seperti yang dilakukan oleh Radio Sonora Jakarta dan RRI Jakarta.



Gambar 1.1 Postingan Instagram Sonora FM dan RRI Pro 1 Jakarta

Radio Republik Indonesia merupakan jaringan radio yang berstatus sebagai lembaga penyiaran publik yang telah mengudara sejak 11 September 1945. RRI Jakarta memiliki 4 kanal radio yang terdiri dari Program 1, Program 2, Program 3, dan Program 4. Selain itu RRI memiliki VOI (*voice of Indonesia*) yang merupakan siaran luar negeri, dan 3 radio khusus digital (*classic channel, jazz channel, dan Keroncong channel*).

Terjadinya disrupti memaksa perubahan pada proses bisnis, dimana sebelumnya hanya membuat materi siaran, namun saat ini harus menyiapkan banyak konten yang bukan hanya diperdengarkan, namun juga dibaca, ditonton, bahkan dimainkan. Hal tersebut disampaikan oleh Direktur Utama LPP RRI Hendrasmo pada saat Grand Launching RRI Play Go 2023 (Bunaiya, 2023).

Pengelola media penyiaran publik harus memaksimalkan dalam penggunaan anggaran atau dana yang didapatkan pada pembuatan program, strategi yang digunakan, dan pembelian (akuisisi), serta *scheduling* program atau penjadwalan program (Morissan, 2018). Menurut Siantari (2015), transformasi atau reformasi radio dapat dikatakan sebagai perubahan yang mendasar dalam hal struktur kepemilikan, visi & misi, orientasi, dan format siaran radio.

Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo dan KIC (Katadata Insight Center) dari tahun 2020 hingga 2021 dengan total 10.000 responden, hasilnya menunjukkan bahwa Radio Republik Indonesia (RRI) merupakan stasiun radio yang paling banyak diakses. RRI memiliki persentase sebesar 35,7% dari total pendengar radio yang menjadi responden. Dalam survei tersebut menyebutkan bahwa RRI menjadi stasiun radio yang paling tinggi mendapatkan angka kepercayaan dari responden yaitu sebesar 40,6% responden (Ahdiat, 2022).

Interaksi radio dengan pendengarnya berubah karena adanya perkembangan teknologi. Wahyu Astuti, General Business and Production Group of Radio Kompas Gramedia, menyatakan bahwa pengembangan konten informasi merupakan perencanaan atau proses yang dilakukan oleh Radio Sonora untuk dapat tetap bertahan di era digital (Lila, 2017).

- Radio Sonora merupakan salah satu jaringan radio swasta di Indonesia yang telah mengudara sejak 8 Agustus 1972 hingga saat ini. Setelah beberapa kali berubah saluran frekuensi, mulai 1 Agustus 2004 hingga saat ini Sonora mengudara pada frekuensi 92.0 FM Jakarta. Sonora memiliki dua pilar utama yaitu informasi dan hiburan, dan keduanya memiliki komposisi yang seimbang (Sonora.co.id, 2023).

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2022 tentang Penyiaran, lembaga penyiaran swasta bersifat komersial dan berbadan hukum, dengan fokus usahanya hanya pada penyiaran radio dan televisi (kpi.go.id). Selain itu, lembaga penyiaran swasta baik radio maupun televisi hanya diperbolehkan menyelenggarakan satu siaran dengan satu saluran dalam satu cakupan wilayah siaran, yang berbeda dengan penyiaran publik. Contohnya seperti RRI Jakarta memiliki lebih dari satu saluran seperti Pro 1, Pro 2, Pro 3, dan Pro 4.

Pada tanggal 10 April 2002, Radio Sonora menerima penghargaan dari National Association of Broadcasters (NAB) di Las Vegas, Amerika Serikat. Penghargaan didapatkan karena aksi kepedulian Sonora terhadap permasalahan sosial, utamanya dalam membantu masyarakat yang tertimpa bencana atau musibah. Penghargaan tersebut berupa International Broadcasting Excellence Award 2002 (Sonora.id). Pada tahun 2023, Radio Sonora dan RRI meraih

Penghargaan Penanganan Covid-19 pada Kategori Media Radio dalam ajang PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang diserahkan secara langsung oleh Presiden RI Joko Widodo. Penghargaan ini diberikan sebagai apresiasi media dan *influencer* dalam memberikan kontribusi positif di masa pandemi Covid-19 (Septiani, 2023).

Radio Republik Indonesia (RRI) dan Radio Sonora telah mengudara lebih dari 50 tahun hingga saat ini. Hal tersebut menunjukkan bagaimana RRI dan Radio Sonora mampu menghadapi persaingan dengan media lainnya dan menjalankan konvergensi media untuk tetap bertahan hingga era digitalisasi. Dapat dilihat dari konvergensi media yang dilakukan oleh RRI dan Radio Sonora dengan melakukan siaran yang multiplatform dan penggunaan media sosial serta pendengar radio yang semakin luas dan tidak terbatas dari jangkauan wilayah saja. Kemudian, data-data pendengar radio yang memperlihatkan bahwa media radio masih eksis digunakan hingga saat ini dengan berbagai inovasi yang dilakukannya.

Berdasarkan data dari databoks.kata data mengenai survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik yang dilakukan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pendengar radio sejak tahun 2003. Jika dibandingkan sejak tahun 2003 pendengar radio berada di angka sebesar 50,29% namun di tahun 2018 menurun dan hanya pada angka 13.31% (Kusnandar, 2019). Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Koinfo bekerja sama dengan KIC (Katadata Insight Center) antara tahun 2020 dan 2021, dengan melibatkan 10.000 responden, hasilnya menunjukkan bahwa hanya 4% dari responden yang menggunakan radio sebagai sarana untuk mengakses informasi (Ahdiat, 2022).

Penurunan pendengar radio disebabkan salah satunya dari adanya kemajuan teknologi informasi yang mengubah gaya hidup masyarakat yang serba digital, munculnya media online menjadikan masyarakat kurang tertarik lagi terhadap media konvensional baik majalah atau tabloid, radio, dan surat kabar (Kusnandar, 2022). Dengan hal tersebut, konvergensi media menjadi cara bagi media konvensional untuk dapat mempertahankan audiensnya dengan mengikuti perubahan yang ada.

Sebagai salah satu cara radio dapat bertahan, radio merambah ke media digital salah satunya dengan melakukan *streaming*. Berdasarkan data dari We Are

Social 2023, sebanyak 13.2% masyarakat yang berusia 16 – 64 tahun mendengarkan siaran radio *streaming* setiap minggunya dan rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan siaran radio adalah sebanyak 32 menit setiap harinya (wearesocial.com). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih mendengarkan radio melalui streaming.

Kemudian pada tahun 2021 terdapat Survei mengenai minat masyarakat mendengarkan radio dilakukan oleh litbang Kompas pada 18-20 Agustus 2021 dengan 522 responden dan berasal dari 34 provinsi, menunjukkan sebanyak 45% responden masih mendengarkan radio, bahkan di masa pandemi Covid-19 masih meluangkan waktu untuk mendengarkan radio (Debora, 2021).

Inovasi-inovasi baru terus dikembangkan guna mendorong adanya *multiplatform* penyiaran, seperti memanfaatkan media baru. Media baru atau *new media* merupakan media dengan penggunaan internet yang berbasis teknologi *online*, memiliki karakter yang fleksibel, memiliki potensi yang interaktif, juga berfungsi dengan privat maupun publik (Rahmanita Ginting, dkk, 2021). Menurut data dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) berdasarkan data yang diperoleh dari Internet World Stats pada Juli 2022, Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang memiliki jumlah pengguna internet terbesar hingga Juli 2022. Indonesia menempati posisi ketiga dengan angka sebesar 212,35 juta pengguna internet atau sekitar 76.5% (Kusnandar, 2022).

Informasi yang diberikan mengindikasikan bahwa pada saat ini, masyarakat Indonesia cenderung beralih dan mengadopsi penggunaan media baru atau media yang terhubung dengan teknologi internet (Kusnandar, 2022). Banyaknya pengguna media khususnya media baru yang merupakan salah satu saluran komunikasi membuat tingginya potensi eksistensi media konvensional mulai tergeser bahkan tergantikan. Media konvensional pun berusaha melakukan transformasi dan perubahan dalam mempertahankan minat masyarakat untuk menggunakannya dengan menerapkan berbagai strategi konvergensi media (Kusnandar, 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana komparasi mengenai strategi konvergensi media pada RRI Jakarta sebagai radio siaran publik dengan Radio Sonora Jakarta sebagai radio siaran swasta, dimana RRI

dan Radio Sonora merupakan radio yang telah mengudara cukup lama sehingga dapat dilihat bagaimana mereka mengalami konvergensi media. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode kualitatif deskriptif, serta teknik wawancara mendalam pada beberapa informan dari RRI Jakarta yaitu Pengelola Seksi Perencanaan Siaran Program, Koordinator Bidang Teknologi dan Media Baru, Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha, serta informan pada radio Sonora yaitu Station Manager Radio Sonora, Program Director Radio Sonora, Teknisi Radio Sonora.

Dalam penelitian ini digunakan juga penelitian sebelumnya yang meneliti topik yang serupa, beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau rujukan dalam penelitian ini yaitu penelitian milik Devina Nathania (2017) yang berjudul “Konvergensi Media di Radio Sonora Semarang”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini yaitu Program Director Radio Sonora Semarang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Radio Sonora Semarang kesulitan dalam mencari bahan untuk siaran sebelum melakukan konvergensi, setelah melakukan konvergensi media menunjukkan bahwa bahan untuk siaran sangat mudah didapatkan dan memberikan tuntutan kepada penyiar untuk *multitalent*. Selain itu karena kurangnya sumber daya maka radio Sonora Semarang masih kurang memaksimalkan penggunaan konvergensi media, hal ini dapat dilihat dari postingan media sosial.

Penelitian kedua adalah penelitian dari Sulthan, Nur Aini, dan Aditya (2021) yang berjudul “Convergence Continuum of Radio Songgolangit”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah subyek penelitian yang dilakukan pada 28 September 2020 sampai 14 Februari 2021. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Songgolangit masih menjalankan tahapan *Cross-Promotion* dan *Cloning*, disamping itu tahapan *Coopetition*, *Content Sharing*, dan *Full Convergence* masih belum terlihat karena kurangnya SDM.

Penelitian terdahulu berikutnya yaitu penelitian milih Shafa, Alvian, dan Talitha (2022) berjudul “Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia

Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, observasi, dokumentasi, serta wawancara mendalam. Informan dalam penelitian ini adalah.. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa RRI Yogyakarta telah berhasil mencapai tahap akhir konvergensi kontinum, yaitu Full Convergence. Dalam mengembangkan produknya, RRI Yogyakarta mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi atau melakukan adaptasi. Selain itu, RRI Yogyakarta juga terbukti inovatif dan kreatif dalam pendekatan yang dilakukan.

Penelitian-penelitian tersebut merupakan rujukan dalam penelitian ini, penelitian ini meneliti bagaimana komparasi strategi konvergensi media pada radio siaran publik dan radio siaran swasta. Kebaruan pada penelitian ini ada pada objek penelitian yaitu pada RRI Jakarta dan Radio Sonora serta melakukan komparasi atau perbandingan mengenai konvergensi media. Berdasarkan sejumlah pemaparan diatas maka penelitian ini mengangkat judul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta 2022-2023)”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu "Bagaimana perbandingan atau komparasi strategi konvergensi media antara radio siaran publik, yaitu Radio Republik Indonesia Jakarta, dan radio siaran swasta, yaitu Radio Sonora Jakarta?"

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan komparasi strategi konvergensi media radio siaran publik yaitu Radio Republik Indonesia Jakarta dan radio siaran swasta yaitu Radio Sonora Jakarta.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Manfaat dalam bidang akademis, penelitian ini secara praktis akan memperkaya kajian komunikasi khususnya di bidang Komunikasi Media Baru yang mengangkat topik mengenai Siaran Radio Publik Digital.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

1. Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi pengelola stasiun penyiaran radio baik swasta maupun komunitas mengenai penerapan strategi konvergensi media pada siaran radio.
2. Hasil penelitian juga diharapkan dapat membuka wawasan bagi masyarakat terkait perkembangan siaran radio di era masyarakat informasi.