

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan membuat para pencari informasi memilih media massa yang dapat diandalkan untuk mendapatkan informasi yang aktual dan terpercaya. Morissan (2008) mengatakan bahwa perkembangan teknologi yang semakin maju menghasilkan tuntutan akan hak masyarakat yang semakin tinggi untuk mengetahui dan mendapatkan informasi. Kini informasi telah menjadi bagian dari masyarakat dan telah menjadi produk penting dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut berkaitan pula dengan radio, salah satu sarana pemenuh kebutuhan masyarakat dan saluran resmi informasi berbentuk elektronik untuk menyebarkan berita dan pesan secara cepat atau bahkan dalam waktu yang sebenarnya (*real time*).

Radio merupakan media massa satu arah yang berfungsi dalam menyampaikan pesan pada masyarakat dengan cakupan yang luas. Pesan yang disampaikan dapat berupa berita, informasi, serta hiburan semata. Radio sebagai media komunikasi elektronik tertua telah beradaptasi dengan perubahan dunia dengan meningkatkan hubungan saling menguntungkan dan saling melengkapi bersama media komunikasi lainnya. Apabila dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki beberapa keunggulan yaitu dapat diakses dengan mudah dan tidak memerlukan keterampilan khusus dari audiens yang ingin dituju, seperti keterampilan membaca karena radio merupakan media imajinatif. Audiens pun tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk mendapatkan informasi yang telah disajikan secara cepat dan aktual. Keunggulan lain yang dimiliki radio yaitu sifatnya yang santai karena bersifat *auditory*, maka akan lebih mudah bagi komunikator untuk mengemas pesan dalam bentuk acara yang menarik.

Sifat radio yang auditif memberikan kemudahan bagi komunikator dalam menyajikan pesan semenarik mungkin. Pengemasan yang menarik menjadi poin vital dalam penyiaran radio karena pada dasarnya publik memiliki sifat selektif. Oleh sebab itu, pengelola radio perlu berhati-hati dalam menentukan konsep program agar acara

yang dikonsumsi pendengar sesuai dengan citra yang dikehendaki radio tersebut namun tetap dapat mempertahankan minat pendengar. Oleh karena itu diperlukannya kolaborasi isi pesan dengan berbagai unsur audio seperti musik, penyiar, permainan kata dan lain sebagainya demi mencapai citra program yang positif. Selain itu, radio bersifat aktual. Jika dinilai berdasarkan aktualitas berita, semestinya radio merupakan media massa teraktual. Ditinjau dari proses penyampaian informasinya, radio menggunakan hitungan detik, lebih praktis, dan tidak berbelit-belit. Selain itu, radio kerap kali melakukan liputan berita secara langsung dari tempat kejadian .

Ciri khas dari radio adalah sifatnya yang intim atau akrab. Seorang penyiar radio seolah-olah berada di ruang yang dekat dengan pendengarnya. Radio dituntut untuk mampu meramu acara yang bervariasi dengan akrab dan cekatan, mulai dari acara yang informatif hingga acara selingan yang menghibur hati para pendengarnya. Sifat lainnya yang dimiliki oleh radio yaitu bahasa dengan gaya percakapan, Penyampaian pesan harus bergaya percakapan, seakan-akan seorang penyiar radio sedang memosisikan dirinya sebagai seorang teman yang menemui pendengarnya dimanapun mereka berada. Oleh karena itu, menulis naskah radio harus dibuat sebagaimana penyiar berbicara pada khalayak. Sifat lain dari radio yaitu menjaga mobilitas. Umumnya radio didengarkan ketika melakukan aktivitas lain. Mobilitas pendengar terjaga, maka pendengar tidak perlu meninggalkan aktivitas ketika mendengarkan radio. (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2015)

Radio siaran pertama di Indonesia adalah *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) yang resmi didirikan pada tanggal 16 Juni 1925 di Batavia (Effendy, 1983). Walaupun industri radio di Indonesia pernah berada di bawah kepemimpinan Belanda dan Jepang, namun nyatanya radio berperan sangat besar dalam masa-masa perjuangan kemerdekaan Indonesia. Dengan adanya radio, berita mengenai pembacaan teks proklamasi dapat tersebar luas pada seluruh penjuru nusantara. Hal ini membuktikan bahwa industri radio di Indonesia pernah berhasil menjadi media yang banyak digunakan dan bermanfaat bagi seluruh aspek di Indonesia, walau di awal kemunculannya radio memiliki eksistensi yang rendah.

Tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi secara objektif, menjadikan fenomena munculnya banyak radio amatir tidak dapat dihindari dan semakin marak. Pemerintah Indonesia kemudian membuat kebijakan akan radio amatir yang diatur

dalam peraturan pemerintah No. 55 tahun 1970 mengenai radio siaran non pemerintah. Radio amatir yang berdiri memiliki kedudukan yang berarti bagi masyarakat. Dalam pelaksanaan siaran, baik Radio Republik Indonesia (RRI) ataupun radio swasta, diperkenankan untuk membuat berita sendiri, baik bersifat lokal maupun diproduksi oleh radio siaran swasta.

Berdasarkan data PRSSNI tahun 2011 terdapat sekitar 3000 lembaga penyiaran radio yang terdaftar di Indonesia apabila merujuk pada data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Data PRSSNI 2011). Hal tersebut menunjukkan bahwa angka dari perindustrian penyiaran di Indonesia terus berkembang hingga saat ini. Pertumbuhan industri penyiaran radio di Indonesia pada era tahun 2000-an tidak terlepas dari perubahan pengaturan dan persepsi pebisnis penyiaran radio. Pada era tersebut stasiun penyiaran radio merupakan hal yang sangat menarik dan dirasa memiliki potensi yang menguntungkan, sehingga para peminat lahan bisnis media radio berlomba-lomba untuk mendapatkan izin penyelenggaraan penyiaran. Namun, proses mendirikan lembaga penyiaran radio perlu persyaratan ketat. Para pebisnis stasiun radio harus mempersiapkan manajemen radio yang matang mulai dari pra produksi hingga implementasi kegiatan penyiaran yang terus berkesinambungan. Berbagai aspek untuk mendapatkan penyiaran tersebut harus melalui proses legalitas yang diatur dalam Undang-Undang No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Undang-Undang No 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi dan peraturan KPI NO 009 Tahun 2004 tentang Pendoman Perilaku penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Peraturan tersebut tentunya diperketat sehingga para pebisnis radio tidak dapat semena-mena dalam mendirikan stasiun radio.

Industri radio sempat diprediksi akan “mati” setelah kehadiran industri pertelevisian (C.Book, Carry & Tannenbaum dalam Prayudha & Rustam M, 2013). Namun nyatanya, hingga saat ini radio masih tetap hidup. Bahkan hingga saat ini radio masih dianggap sebagai media penyiaran yang dekat dengan masyarakat. Hal tersebut menjadi salah satu alasan radio masih dapat eksis hingga saat ini dan menjadi sarana komunikasi yang populer bagi masyarakat meskipun banyak media massa yang lebih baru seperti televisi, internet, dan lain sebagainya.

Tidak hanya itu, persaingan antar radio di Indonesia juga semakin kompleks. Hal tersebut membuat insan radio perlu bekerja dan berpikir lebih kritis, kreatif, dan

inovatif dalam menggarap program agar dapat disajikan dengan menarik. Konvergensi media merupakan salah satu inovasi di bidang media yang mengintegrasikan penggunaan media massa dengan teknologi digital sebagai perwujudan radio yang merupakan media komunikasi lama menuju proses komunikasi ke arah media baru. Penggunaan media *online* adalah contoh dari konvergensi media yang cukup disegani dan terbukti dapat menjadikan radio kembali eksis di masyarakat. Namun, kurangnya inovasi yang dilakukan oleh media radio khususnya radio daerah yang jauh dari kota besar juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap menurunnya antusiasme pendengar. Hal ini berdampak pula pada Radio Jusyan 92.7 FM Sumedang, dimana antusiasme masyarakat dalam mendengarkan Radio Jusyan 92.7 FM Sumedang mulai menurun.

Beberapa tahun ke belakang ini radio sedang mengalami beberapa masalah yang menyebabkan penurunan kualitas dari radio, seperti berkurangnya pemasukan iklan yang menjadikan media radio harus memiliki strategi yang tepat agar tidak menimbulkan efek kerugian yang berdampak pada operasional radio. Bukan hanya penurunan iklan saja yang menjadi permasalahan utama media radio. Sebagai sebuah industri media, radio mulai menemukan adanya tanda-tanda yang mengkhawatirkan. Salah satu tanda tersebut adalah acara utama radio, yakni musik telah tersedia dalam bentuk perangkat lain dengan tanpa iklan (Vivian, 2015). Di Indonesia sudah ada beberapa *platform digital music* atau *music streaming* yang berkembang di kalangan remaja hingga usia produktif, maka hal ini dianggap semakin mempermudah audien untuk mengakses musik dari berbagai genre tanpa harus mendengarkan program radio yang tidak ingin didengarkan. Kini pendengar radio telah banyak berkurang terutama pada audiens atau pendengar radio yang berasal dari kelompok usia 18-24.

Jika dilihat melalui sudut pandang ekonomi politik media, yang terjadi pada Radio Jusyan 92.7 FM Sumedang adalah upaya mempertahankan eksistensinya dalam industri media saat ini, media industri radio dilihat sebagai sistem ekonomi yang tak dapat terpisahkan dengan sistem politik. Ekonomi politik didefinisikan sebagai “*study of the social relation, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources.*” (Mosco, 2009). Definisi tersebut menyatakan bahwa studi yang dikaji dalam ekonomi politik meliputi relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi dan konsumsi dari sumber daya.

Dalam konteks media, ekonomi politik menguraikan dan menjabarkan kapitalisme sebagai sebuah sistem yang mengubah sumber daya (seperti pekerja, lahan, bahan mentah, dan informasi) menjadi produk yang dapat diperjualbelikan dan memberi keuntungan bagi para pemilik modal dalam sistem tersebut (Mosco, *The Political Economy of Communication*, 2009). Maka dari itu, ekonomi politik media menunjukkan adanya hubungan yang saling berkesinambungan, antara kekuasaan (*power*), keuangan (*finance*), sumber daya (*resources*), dan konten yang diproduksi (*output*) dalam mempengaruhi dan menciptakan sistem media. Pandangan ekonomi politik menegaskan bahwa terdapat tiga konsep vital dalam praktik ekonomi politik pada kajian media/komunikasi yakni mencakup komodifikasi, spesialisasi dan strukturasi (Mosco, 2009).

Masalah ekonomi kerap kali menjadi persoalan yang sering dihadapi oleh industri penyiaran radio. Selain itu, jumlah pendengar radio yang menurun akibat perebutan pasar karena masifnya perkembangan media digital juga menjadi salah satu persoalan yang sering dihadapi radio. Hal ini juga turut menghadirkan efek domino terhadap persepsi pelaku bisnis periklanan, yang memandang bahwa radio tidak lagi menjadi media dengan *marketing tools* yang kuat. Para praktisi radio senantiasa mencari cara agar dapat menunjukkan bahwa radio masih memiliki tempat di hati para pendengar dan pengiklan.

Konten dan materi yang disajikan oleh Radio Jusyan 92.7 FM yang memang menonjolkan kelokalan, sesuai dengan daerah wilayah Radio Jusyan 92.7 FM. Radio Jusyan 92.7 FM bersifat multikultural dan menggunakan perspektif lokal, dimana penyampaian informasi disesuaikan dengan pemikiran, bahasa, dan latar belakang masing-masing daerah. Hal tersebut, dilakukan oleh Radio Jusyan yang berdiri di Kabupaten Sumedang dimana warga terbiasa berbicara dengan Bahasa Sunda sehingga penyiar pun perlu membawakan dengan Bahasa Sunda.

Terdapat enam stasiun radio yang masih beroperasi dalam Kabupaten Sumedang saat ini. Keenam radio tersebut merupakan radio swasta yaitu: Jusyan FM; VNK FM; Erks FM; Raja FM; Citra Persada FM; dan Daya Swara AM. Dalam hal ini Radio Jusyan FM mempunyai kompetitor dalam industri radio di Sumedang. Oleh karena itu, Radio Jusyan 92.7 FM perlu bersaing satu sama lain dalam mendapatkan pengiklan dan pendengar yang khususnya adalah warga Sumedang.

Radio Jusyan 92.7 FM merupakan salah satu radio swasta tertua yang ada di Sumedang. Akan tetapi, dalam beberapa tahun ke belakang ini Radio Jusyan 92.7 FM mengalami penurunan baik dari segi interaksi pendengar maupun kontrak iklan. Berdasarkan data survey usia dan pekerjaan pendengar Radio Jusyan 92.7 FM, pendengar dengan persentase paling sedikit adalah pelajar dan mahasiswa. Terdapat penurunan antusiasme terhadap media radio khususnya pada generasi muda, perkembangan teknologi media yang semakin mutakhir khususnya media *online* menjadi salah satu penyebabnya. Dalam mempertahankan eksistensinya, pengelola Radio Jusyan melakukan berbagai upaya seperti pengadopsian teknologi sebagai media penyiaran, perluasan bisnis radio dan banyak lagi upaya yang dilakukan oleh pengelola radio sehingga Radio Jusyan tetap eksis hingga hari ini. Berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada media radio saat ini dan paparan di atas serta fenomena-fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk meneliti ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92.7 FM Sumedang dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital dengan menggunakan metode penelitian deskriptif.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komodifikasi ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92,7 FM dalam mempertahankan eksistensinya.
2. Untuk mengetahui spasialisasi ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92,7 FM dalam mempertahankan eksistensinya.

1.3 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini penulis memfokuskan penelitian pada analisis ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92,7 FM Sumedang dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital

1.4 Pertanyaan Penelitian

Penulis akan meneliti strategi yang dilakukan oleh Radio Jusyan 92.7 FM Sumedang dalam upaya mempertahankan eksistensinya. Berdasarkan latar belakang

yang telah dipaparkan, maka rumusan pertanyaan penelitian yang menjadi acuan untuk penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana komodifikasi ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92.7 FM dalam mempertahankan eksistensinya?
2. Bagaimana spasialisasi ekonomi politik media pada Radio Jusyan 92.7 FM dalam mempertahankan eksistensinya?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangsih pemikiran bagi radio sebagai pembaharuan agar kedepannya dapat berinovasi. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan dan referensi pada penelitian di bidang Ilmu Komunikasi yang berhubungan dengan radio serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bagi stasiun radio dalam mengelola radio untuk terus berinovasi baru dan menerapkan strategi yang lebih baik sehingga dapat menarik minat pendengar atau audiens, bertahan di era digital serta mempertahankan eksistensi radio sebagai media massa.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Bulan																
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	
1.	Mencari topik dan menentukan kasus penelitian																	

