

PENGARUH GLOBALISASI PADA EKSISTENSI PENDENGAR RADIO DI ERA DIGITAL

Deyisnil Fariadi, Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto
e-Mail : zdeyfa@gmail.com

Abstrak

Di era digitalisasi saat ini, radio adalah salah satu saluran massa yang banyak digunakan untuk menyampaikan informasi. Alasan untuk ini adalah karena radio memiliki tiga keunggulan dibandingkan bentuk media lainnya, yaitu mobilitas tinggi, realitas, dan kesegaran informasi yang disampaikan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi komunikasi yang digunakan di era digital untuk mempertahankan loyalitas pendengar. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka ada 3 hasil yang didapat yaitu Pertama, radio berkembang melalui sosial media dan melakukan konvergensi media. Kedua, menyapa pendengar dan memberikan perhatian kepada komunitas pendengar. Ketiga, merencanakan strategi komunikasi yang dimulai dengan riset sampai evaluasi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi ; Radio; Digital ; Konvergensi Media

PENDAHULUAN

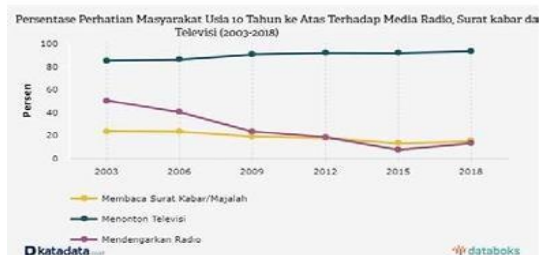
Radio merupakan salah satu media massa yang memiliki perkembangan yang signifikan dan cukup populer digunakan sesekali untuk penyampaian informasi. Teknologi yang dikenal sebagai radio menggunakan gelombang elektromagnetik dan dengan cara modulasi untuk mengirimkan sinyal. Gelombang ini melintas, berjalan melalui atmosfer, dan bahkan mungkin masuk ke ruang hampa udara ruang angkasa (Romli, 2009: 12). Radio adalah alat komunikasi yang diperlukan bagi masyarakat, oleh karena itu setiap orang yang bekerja atau terlibat dalam kegiatan lain dapat memanfaatkannya. Karena itu radio

memiliki tiga keunggulan dibandingkan media lain, yaitu *Pertama*, memiliki mobilitas tinggi, dapat dibawa kemanapun, didengarkan dimanapun. *Kedua*, realitas, radio menyiarkan fakta dan informasi yang aktual. *Ketiga*, informasi yang disampaikan relatif lebih cepat dari media lain. Bahkan menurut Marshal McLuhan kecepatan radio melebihi media online, "*Radio is the magic medium, radio affects most people intimately, person to person, offering a world of unspoken communication between writer, speaker, and listener*". (Masduki, 2004 : 19)

Di era digital ini, minat masyarakat untuk mendengarkan radio menurun dan mulai meninggalkan media informasi radio. Dari data

Pengaruh Globalisasi pada Eksistensi Pendengar Radio di Era Digital

statistik dalam kurun waktu 2003-2018 terjadi penurunan minat masyarakat usia 10 tahun keatas terhadap media radio, surat kabar dan televisi.



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

&<https://databoks.katadata.co.id/> akses tanggal 1 Juni 2020

Dari data di atas menunjukkan bahwa kondisi Radio di Indonesia mengalami penurunan dari minat dengar masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari data pendengar radio pada tahun 2003 sebesar 50,29% dan pada tahun 2015 turun menjadi 7,54%. Data ini menunjukkan penurunan yang cukup signifikan. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat lebih memilih menggunakan media lain seperti televisi dan media internet ataupun media sosial yang dinilai lebih cepat, simpel dan mudah diakses untuk mendapatkan informasi. Di sisi lain pada tahun 2015-2018 menunjukkan kenaikan. Peningkatan kesadaran publik ini dipengaruhi oleh beberapa stasiun radio besar yang memunculkan ide dan pendekatan baru untuk memastikan bahwa orang Indonesia mendengarkan radio lagi di tengah pertumbuhan digital yang cepat di

negara ini. Menggunakan konvergensi adalah salah satu strategi yang paling sering digunakan stasiun radio, yakni gabungan segala jenis media, yakni integrasi antara media konvensional dan media baru.

Tinjauan Pustaka

Strategi Komunikasi

Secara etimologi, strategi komunikasi sendiri berasal dari kata strategi yang berasal dari bahasa Yunani *strategos*. *Strategos* memiliki arti “seni umum” dan memiliki makna sebagai suatu keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala dampaknya (Liliwari, 2011). Strategi komunikasi selalu dipengaruhi oleh siapa yang berbicara, Apa yang sedang dibahas dan pesan yang dimaksudkan, apa yang harus diberitahukan kepada orang-orang lain adalah bagaimana mengkomunikasikan pesan dan mengukur dampaknya, seperti yang dikatakan Harold Lasswell dalam (Dinda Helsa Novia, 2019) yang menerangkan bahwa strategi komunikasi itu harus dapat menjelaskan kegiatan komunikasi dengan dapat menjawab pertanyaan “*Who says what in which channel to whom what with what effect?*”. Strategi komunikasi mempunyai tujuan untuk memberitahu, memotivasi, mendidik, menyebarkan informasi, mendukung keputusan (Liliwari, 2011).

Konvergensi Media

Kemajuan teknologi perlu dimanfaatkan sebagai cara untuk

mendorong pertumbuhan menengah sehingga tidak tertinggal dari saingan. Oleh karena itu, untuk membuat penyampaian informasi lebih menarik, cepat, dan sesuatu yang semakin banyak orang dapat menghargai, radio juga harus terbuka untuk menggunakan teknologi. Konvergensi media adalah penggabungan media yang dapat digunakan dan diarahkan dalam satu titik tujuan tertentu, Briggs dan Burke, 2000:326 dalam (Asy'ari & Luthfi, 2018).

Radio

Merupakan salah media massa yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya, sekalipun radio tetap memiliki prinsip-prinsip dalam konteks komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass communication*, sebagai kependekan dari *communication mass media* (komunikasi media massa). Komunikasi massa terdiri dari unsur-unsur sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*) serta efek (*effect*). Semua karakteristik ini juga dimiliki radio sebagai bagian dari komunikasi massa. Dalam buku yang berjudul "Dasar dasar Siaran Radio" yang ditulis oleh Asep Syamsul M. Romli, radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang tersebut melintas dan merambat melalui udara dan bisa juga merambat melalui ruang angkasa yang

hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Media Baru

Pada era digital saat ini, kehadiran media baru menjadi satu keniscayaan yang tidak bisa dihindari oleh radio. Media baru merupakan istilah yang dimaksud untuk mencakup kemunculan digital, komputer atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-20 ini. Hampir semua media baru digambarkan sebagai media digital. Beberapa media yang tidak dikatakan sebagai media baru ialah televisi, radio, koran majalah atau buku dan publikasi lainnya yang berbasis pada kertas.

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi radio sangat penting untuk menghadapi era digital ini, pendekatan ini diperlukan sehingga Di era digital saat ini, radio tidak hanya kompetitif tetapi juga dapat bertahan. Sebagai konsekuensinya, penulis telah menarik kesimpulan dari tanggapan orang yang diwawancarai dan dari pengamatan mereka sendiri. Memang benar bahwa rencana yang benar diperlukan untuk menghadapi era digital yang kita jalani. Hidup di dunia modern. Tidak bisa tidak percaya bahwa radio harus memanfaatkan kemajuan teknologi dengan baik agar pendengarnya yang setia terus eksis dan berkembang. Orang yang datang untuk mendengarkan melakukannya. Karena penggabungan media diperlukan untuk memenangkan

kesetiaan audiensnya. agar dapat mengikuti perkembangan zaman, teknologi digital harus bergabung dengan era digital.

Konvergensi media lainnya digunakan Radio untuk mempromosikan program siaran adalah konvergensi media melalui media sosial seperti Facebook, Instagram. Selain mempromosikan Website untuk dan untuk program siaran, Facebook dan Instagram juga dapat digunakan untuk menyiarkan siaran live streaming untuk acara tertentu.

Whatsapp digunakan sebagai tempat untuk menyalurkan atensi bagi para pendengarnya.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi Radio dilakukan melalui perencanaan yang matang. Hal ini bisa dilihat, ketika akan membuat program baru maka Radio Suara Salatiga akan membuat perencanaan dan melakukan riset melalui observasi mengenai apa yang dibutuhkan masyarakat pada saat ini. Setelah pelaksanaan dilakukan, maka akan melakukan evaluasi baik internal dan eksternal hingga akhirnya memiliki kepercayaan dari para pendengarnya.

Strategi lainnya adalah dengan menggabungkan antara konvergensi media. Tujuannya adalah agar mendapatkan loyalitas dari pendengarnya. Media radio juga terus berbenah agar memiliki kualitas siaran yang baik karena dengan kualitas siaran yang baik pasti akan membuat pendengarnya betah untuk mendengarkan siaran dari radio di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhamayanti, M. (2020). *Pemanfaatan Media Radio Di Era Digital*. Jurnal Ranah Komunikasi (JRK), 3(2), 82. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional* (R. Suffatni (Ed.)). Pustaka Populer LKiS Yogyakarta.
- Romli, A. S. M. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Nuansa.
- Lathifah, K., & Ismandianto. (2021). *Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19*. Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM), 4(1),