

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Radio terlahir dari kebutuhan informasi publik. Dalam hal ini radio memiliki beban tuntutan publik sebagai saluran informasi dalam hubungan sosial, yang lebih berkecenderungan mengembangkan dan memajukan kebudayaan.

Radio yang merupakan salah satu media massa elektronik tertua yang masih efektif digunakan masyarakat dalam memperoleh informasi meskipun harus berkompetitif secara ketat dengan media lain. Dengan maraknya media informasi dari media digital, dimana perkembangan teknologi yang sangat berperan penting dan berpengaruh terhadap semua kalangan masyarakat yang ada, untuk itu walaupun Radio sudah sangat jarang didengarkan atau dijadikan sebagai informasi utama, namun Radio Cakra yang sudah berdiri sepuluh tahun lebih memberikan warna kepada masyarakat, sangat memambah informasi baik sebagai pendengar atau penyiar, untuk itu kebutuhan Radio Cakra berusaha untuk menggaet para audiens melalui media sosial. Acara atau program yang disuguhkan kepada semua kalangan masyarakat luas, yang mendengarkan acaranya.

Tentunya kita sudah akan tau dimana persaingan pada saat ini akan semakin banyaknya persaingan di dunia media elektronik saja, dari media lainnya juga akan sangat pesat perkembangannya, dari setiap masing-masing Radio yang ingin terus berlanjut dengan ke eksistensiannya, di era yang saat ini

begitu banyak sekali persaingan , melakukan strategi yang mereka miliki dengan keanekaragaman strategi tersebut salah satunya seperti Radio Cakra Fm yang memiliki strategi tersendiri dalam melakukan persaingan atau mempertahankan para penerusnya, di era persaingan yang sangat ketat ini.

Radio Cakra resmi mengudara pada tanggal 20 Desember 2012. Radio Cakra mengudara pada frekuensi 90.5 FM, yang dimana frekuensi tersebut bermula dari frekuensi udara Radio Sky. Tujuan didirikannya Radio Cakra adalah pelengkap dari kepentingan bisnis Ardan Group dengan memiliki dua radio awal yakni : Radio Ardan dan Radio B. Dimana Radio Ardan merupakan segmentasi untuk kalangan anak muda dan Radio B adalah segmentasi untuk dewasa muda. Maka dari itu Ardan Group mendirikan Radio Cakra sebagai all segmentasi menjadi pelengkap bisnis yang dimiliki oleh Ardan Group.

Cakra 90.5 FM ialah radio yang paling pas untuk didengar oleh semua lapisan warga Bandung dan sekitarnya. Dengan lagu-lagu yang bertemakan cinta dari beberapa aliran musik yang akan memanjakan pendengarnya. Cakra 90.5 Fm akan menyuguhkan lagu-lagu dangdut dan pop Indonesia paling hits, pop Sunda terkini, dan sajian pop Bollywood yang terkenal dengan nada-nada cintanya.

Media sosial yang saat ini akan sangat-sangat di gandrungi oleh khalayak masyarakat tidak sedikit, masyarakat yang akan sangat terfokus akan media sosial itu sendiri, salah satunya dimana di sini adalah Instagram, perlu kita ketahui Instagram sendiri pada saat ini lumayan banyak khalayak masyarakat yang menggunakan platform tersebut, dengan tampilan yang bisa

disebut akan mudah dipahami dengan, demikian dari keterlibatannya platform tersebut Radio Cakra Fm memanfaatkan media sosial salah satunya yaitu Instagram.

Dari sekian banyaknya media sosial yang digunakan oleh Radio Cakra Fm itu sendiri. Mereka ada banyak media sosial lainnya. Akan tetapi di sini peneliti akan lebih berfokus kepada media sosial Instagram. Dengan alasan Instagram adalah salah satu respon yang baik bagi Radio Cakra Fm dalam menggaet pendengar untuk selalu berkomunikasi secara cepat.

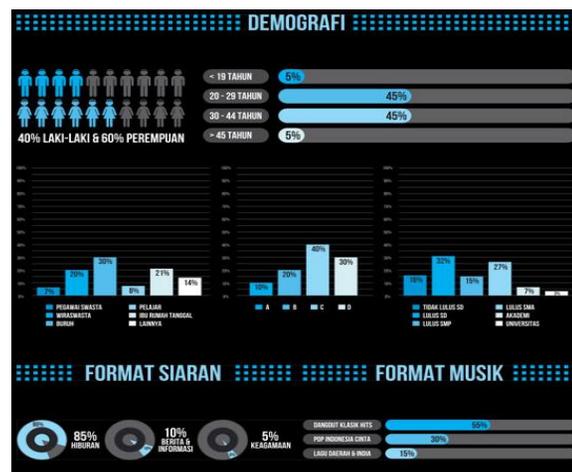
Dengan melihat seiringnya zaman sekarang, media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. (Thomas L. Friedman 2007:1).

Tak luput dari fungsinya, media sosial saat ini sangat berperan penting sehingga dialokasikan sebagai sarana bisnis yang sangat menguntungkan dengan cara-cara yang beragam. Maka dari itu, semua pengguna media sosial akan menggunakan caranya sendiri dalam mengolah bisnis. Tidak hanya datang dari kalangan usia tua untuk menjalankan usaha di media sosial karena banyak juga dari kalangan millennials yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana bisnis. Bahkan, milenials sekarang bisa dibilang sudah cukup mahir dan lebih mengerti akan penggunaan media sosial yang baik.

Topik dari penelitian ini sendiri dimana Radio Cakra mempunyai cara tersendiri dalam, menarik minat para pendengar untuk selalu setia mendengarkan siaran Radio Cakra. Dan keunikan objek dari penelitian ini Secara keseluruhan, Radio Cakra Fm mempunyai segmen orang dewasa berusia 19 hingga 45 tahun yang senang musik, suka bekerja keras, suka lagu-lagu teranyar, akan tetapi punya koleksi lagu lama yang spesial , ada nyundanya juga dalam membawakan siaran dari penyiar yang memiliki cirikhasnya masing-masing, dengan gaya cicikhas orang bandung yang someah, berdasarkan gambaran tersebut, maka program siaran langsungpun dirancang untuk memenuhi keperluan pendengar yang senang bekerja keras sambil mendengarkan radio cakra fm dengan lagu-lagunya yang ngehits.

Adapun data tentang jumlah pendengar untuk Radio Cakra itu sendiri dimana disini peneliti mengambil dari situs web Radio Cakra.

GAMBAR 1.2 DATA TABEL PENDENGAR RADIO CAKRA FM



Sumber Data : Situs WEB CAKRA

<https://www.radiocakrabandung.com/tentang-cakra/>

Alasan peneliti itu sendiri dengan meneliti di Radio Cakra ini ingin tau lebih dalam mengenal duni radio itu sendiri, kenapa harus Radio Cakra yang menjadi objek disini, karena penliti sebelumnya sudah melakukan kegiatan *Job Training* dan yang lebih menariknya lagi, peneliti ingin lebih tau tentang Radio Cakra dalam mempertahankan pendengar untuk selalu mendengarkan Radio Cakra dalam sisi lain banyak sekali radio-radio yang ada di Bandung khususnya, akan tetapi peneliti lebih tertarik kepada Radio Cakra yang mempunya visi misi untuk selalu berkembang di dunia penyiaran (radio).

Maka dari itu Radio Cakra Untuk menambah kepercayaan dari masyarakat atau pendengar yaitu melalui media sosial. Untuk itu, berdsarkan latar belakng diatas strategi komunikasi Radio Cakra memlalui media sosial Instagram dalam menggaet pendengar menjadi menarik untuk dikaji.

Berdasarkan pemaparaan diatas pada ahkirnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “STRATEGI KOMUNIKASI RADIO CAKRA FM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENGGAET PENDENGAR”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sesuai judul penelitian, yaitu : Bagaimana STRATEGI

KOMUNIKASI RADIO CAKRA FM MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENGAET PENDENGAR”

1.3. Identikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Apa starategi Radio Cakra dalam mempertahankan pendengar yang sudah ada dengan media sosial Instagram ?.
2. Mengapa media sosial Instagram yang digunakan oleh Radio Cakra untuk menggaet para pendengar ?
3. Bagaimana Strategi yang di lakukan Radio Cakra agar program terus diminati oleh masyarakat/pendengar melalui media sosial Instagram itu sendiri ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan identifikasi masalah diatas tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui starategi Radio Cakra dalam mempertahankan pendengar yang sudah ada dengan media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui strategi media sosial Instagram yang harus dilakukan oleh Radio Cakra untuk menggaet para pendengar .
3. Untuk mengetahui Strategi yang di lakukan Radio Cakra agar program terus diminati oleh masyarakat melalui media sosial Instagram itu sendiri.

1.5. Kegunaan Penlitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan baru kepada mahasiswa/I khususnya pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik prodi ilmu komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP mengenai Radio Cakra.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat dalam bidang penelitian ilmu komunikasi serta dapat menambah pengalaman dan pengetahuan mahasiswa/I yang akan melakukan penelitian ini selanjutnya.

3. Secara Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru mengenai strategi yang dilakukan Radio Cakra mempengaruhi dan membuat mahasiswa/I tertarik dengan penelitian ini dan akan menjadi penelitian berkelanjutan juga menjadi informasi yang sangat berguna untuk perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan ini tersusun dari BAB I sampai dengan BAB V yang disertai dengan lampiran-lampiran, yang akan diringkas sebagai berikut.

- 1) BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- 2) BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian.
- 3) BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan apa pendekatan penelitian yang digunakan peneliti, menjelaskan subjek dan objek penelitian, menjelaskan informan kunci, kemudian memaparkan teknik pengumpulan data yang digunakan, lalu yang terakhir menjelaskan teknik analisis data dan teknik keabsahan data.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian dilakukan di kantor Radio Cakra yang berlokasi di Jl. Jurang No.80, 40161, Bandung, Indonesia 08112340905 Lokasi ini dipilih peneliti karena menjadi kantor utama penugasan Radio Cakra. Lokasinya cukup strategis dekat dengan Jl. Raya juga mudah ditemukan di google maps, sehingga memudahkan proses pencariannya. Awal mula peneliti memilih tempat ini untuk penelitian karena sebelumnya peneliti telah melakukan kegiatan magang di perusahaan ini,

2. Waktu Penelitian

Kegiatan	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul			
Penyusunan Proposal Penelitian			
Pengumpulan Data (Wawancara & Dokumentasi)			
Analisis dan Pengolahan Data			
Penyusunan Laporan Akhir			

Tabel 1.1 Waktu Penelitian