

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Radio Cakra 90.5 FM merupakan salah satu stasiun radio lokal di Kota Bandung yang terus berupaya mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi media digital yang semakin ketat. Sebagai media konvensional, radio memiliki keterbatasan apabila hanya mengandalkan siaran melalui frekuensi FM, mengingat perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang kini lebih banyak beralih ke *platform* digital. Kesadaran inilah yang mendorong Radio Cakra untuk melakukan inovasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi tambahan, salah satunya melalui akun Instagram resmi @radiocakra905fm. Pemanfaatan Instagram dianggap strategis karena platform ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang akrab dengan teknologi digital. Melalui kanal tersebut, Radio Cakra menyajikan berbagai konten yang tidak hanya bersifat informatif, seperti jadwal program siaran dan pemberitahuan acara, tetapi juga menghadirkan sisi humanis dari para penyiar melalui dokumentasi aktivitas keseharian mereka. Selain itu, fitur-fitur interaktif seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab dimanfaatkan untuk membuka ruang komunikasi dua arah, sehingga audiens dapat lebih terlibat secara langsung dalam aktivitas radio. Kehadiran berbagai bentuk konten ini menandai adanya pergeseran strategi komunikasi dari sekadar menyampaikan informasi secara sepihak menuju komunikasi yang lebih partisipatif, interaktif, dan berbasis kedekatan

emosional dengan pendengar. Dengan demikian, Radio Cakra tidak hanya menegaskan posisinya sebagai media hiburan dan informasi, tetapi juga berupaya membangun citra sebagai lembaga penyiaran yang modern, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Namun demikian, penggunaan Instagram dalam mendukung pembentukan citra Radio Cakra masih perlu dikaji lebih mendalam karena adanya perbedaan karakteristik audiens yang menjadi sasaran utama. Selama ini, pendengar setia Radio Cakra sebagian besar berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah yang terbiasa mengakses media konvensional, baik melalui perangkat radio FM maupun media sosial yang dianggap lebih sederhana seperti Facebook. Sementara itu, Instagram lebih dominan digunakan oleh segmen audiens yang relatif lebih muda, memiliki akses lebih baik terhadap teknologi digital, serta terbiasa dengan pola komunikasi yang bersifat visual, instan, dan interaktif. Perbedaan latar belakang dan preferensi media tersebut menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sejauh mana pemanfaatan Instagram mampu memberikan kontribusi nyata dalam membentuk persepsi publik terhadap citra Radio Cakra secara keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan bahwa konten yang diunggah di Instagram berhasil menarik perhatian dan membangun engagement dengan audiens muda, namun dampaknya terhadap pendengar loyal yang lebih tradisional masih belum terukur secara pasti. Oleh karena itu, penting untuk memahami apakah strategi digital ini hanya berfungsi sebagai sarana ekspansi audiens baru, atau justru mampu memperkuat citra Radio Cakra di mata seluruh lapisan pendengarnya. Kajian mendalam terkait Instagram ini juga dibutuhkan untuk menilai apakah langkah adaptasi yang ditempuh Radio Cakra sudah

tepat sasaran, serta bagaimana strategi konten dan pola komunikasi yang dijalankan dapat diseimbangkan agar mampu merangkul perbedaan karakteristik audiens yang heterogen tersebut.

Fenomena yang dialami Radio Cakra sejatinya merupakan gambaran umum dari tantangan yang tengah dihadapi oleh hampir seluruh media penyiaran di era digital. Sebagai media tradisional, radio memang memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya tetap relevan di mata masyarakat. Radio dikenal cepat dalam menyajikan berita, memiliki kekuatan untuk membangkitkan imajinasi pendengar melalui kekayaan suara, musik, dan narasi, serta mampu menjangkau khalayak luas dengan biaya yang relatif murah dibandingkan media lainnya. Fleksibilitas radio juga menjadi nilai tambah, sebab dapat didengarkan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengganggu aktivitas utama pendengar, misalnya ketika bekerja, berkendara, atau beristirahat (Yusniah et al., 2022). Namun, keunggulan-keunggulan tersebut pada kenyataannya tidak lagi cukup untuk menjamin keberlanjutan di tengah derasnya arus digitalisasi. Perubahan perilaku konsumsi informasi yang semakin mengarah pada media daring, terutama di kalangan generasi muda, membuat radio dituntut untuk tidak hanya bertahan sebagai medium konvensional, melainkan juga bertransformasi agar tetap memiliki daya saing. Generasi muda cenderung lebih memilih media sosial, platform streaming, atau layanan digital lain yang bersifat visual, instan, dan interaktif, sehingga radio harus beradaptasi dengan mengintegrasikan dirinya ke dalam ekosistem digital. Dengan demikian, keberhasilan radio di era sekarang bukan lagi semata ditentukan oleh kekuatan siaran konvensional, tetapi juga sejauh mana media tersebut mampu menghadirkan inovasi,

memperluas kanal distribusi, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menjaga relevansi dan kedekatan dengan audiens.



Gambar 1. 1 Akun Instagram Radio Cakra

Sumber: Instagram @radiocakra905fm

Dalam hal ini, media sosial menjadi salah satu strategi adaptasi yang penting. Instagram, misalnya, kini menempati posisi strategis sebagai salah satu platform paling diminati di Indonesia. Bahkan, Indonesia termasuk negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia (Suharti et al., 2023). Fungsi Instagram pun telah berkembang, tidak hanya sebagai media berbagi foto dan video, melainkan juga sebagai

sarana promosi, *personal branding*, hingga wadah interaksi langsung antara lembaga dan audiens.

Oleh karena itu, kajian mengenai strategi komunikasi digital yang dijalankan Radio Cakra melalui Instagram menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana media sosial berperan dalam memperkuat citra lembaga penyiaran lokal. Pada akhirnya, fenomena Radio Cakra menggambarkan tantangan yang lebih luas, yakni bagaimana media konvensional harus terus menyesuaikan diri, berinovasi, dan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi untuk tetap bertahan serta relevan di tengah arus digitalisasi.

1.2 Fokus Penelitian

Dilihat dari semakin meningkatnya pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, oleh berbagai lembaga penyiaran untuk mempromosikan program dan membangun citra mereka, maka fokus dari penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan citra radio di era digital melalui media instagram @radiocakra905fm.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penggunaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Radio Cakra 90.5 FM dalam membangun citra radio?
2. Bagaimana Jenis konten yang digunakan oleh akun Instagram @radiocakra905fm dalam upaya meningkatkan citra positif radio?
3. Bagaimana peran instagram dalam proses pembentukan persepsi dan citra Radio Cakra di kalangan pendengarnya?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Radio Cakra 90.5 FM melalui akun Instagram @radiocakra905fm dalam membangun citra radio.
2. Untuk mengetahui jenis dan karakteristik konten yang digunakan dalam akun Instagram tersebut.
4. Untuk peran instagram dalam proses pembentukan persepsi dan citra Radio Cakra di kalangan pendengarnya

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang media digital dan strategi peningkatan citra melalui media sosial. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi serupa di bidang penyiaran radio dan komunikasi digital.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai wadah untuk menambahkannya wawasan dan pengalaman peneliti terutama pada media sosial Instagram di era digital, serta peneliti juga dapat mengaplikasikan ilmu dan teori yang didapatkan pada bangku perkuliahan.

- b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan pada program studi Ilmu Komunikasi serta sebagai bahan pustaka mahasiswa untuk menjadi perbandingan atau referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Radio Cakra

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran serta dapat membantu dalam menghadapi masalah-masalah seperti yang telah diteliti sehingga menjadi bahan acuan untuk menyelesaikan permasalahan ke depannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika untuk penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan membahas mengenai “Penggunaan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Citra Radio Pada Era Digital (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Instagram @radiocakra905fm Dalam Meningkatkan Citra Radio Cakra)” terdiri dari lima bab diantaranya:

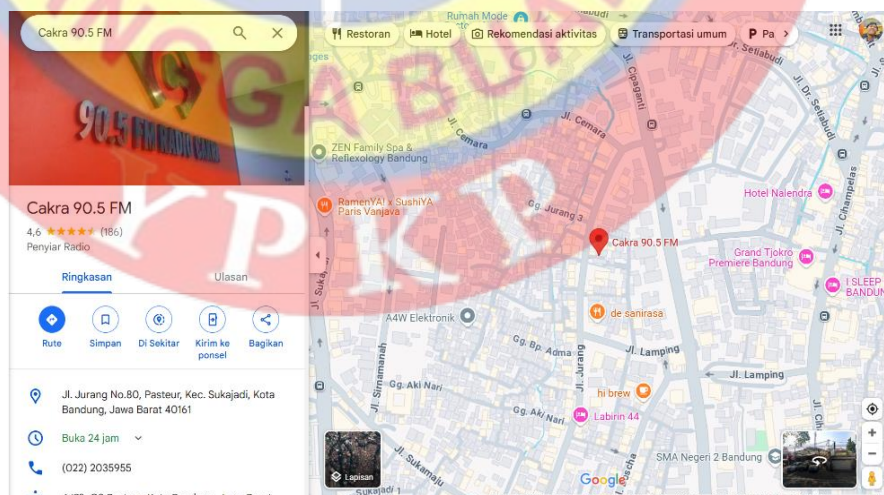
1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci dan informan pendukung, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih Radio Cakra yang beralamat di Kantor Radio Cakra 90,5 FM di Jl. Jurang No.80, 40161, Bandung, Indonesia. Alasan Radio Cakra dijadikan sebagai tempat peneliti dikarenakan Radio Cakra aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pendengarnya. Radio Cakra juga menunjukkan upaya yang konsisten dalam membangun citra positif di era digital melalui konten-konten kreatif yang relevan dengan tren dan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, Radio Cakra menjadi objek yang tepat untuk mengkaji strategi media sosial dalam meningkatkan citra lembaga penyiaran.



Gambar 1. 2 Alamat Radio Cakra

Sumber: Googlemaps.com

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun rincian waktu proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Rincian Waktu Penelitian

No	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
1.	Tahap Persiapan Penelitian	Pengarahan Bimbingan	April
		Identifikasi Masalah	
		Menyusun BAB I	
2.	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB I	Mei
		Penyusunan BAB II	
		Revisi BAB II dan Penyusunan BAB III	
		ACC BAB II dan BAB III	
4.	Sidang Usulan Penelitian	Persiapan Sidang Usulan Penelitian	Juni
5.	Penyusunan Skripsi	Kunjungan Penelitian dan Pengumpulan Data Peneliti	
		Penyusunan BAB IV	
		Revisi BAB IV	
		Penyusunan BAB V	
		Revisi BAB V	
5.	Sidang Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	
		Sidang Akhir	

