

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Penelitian

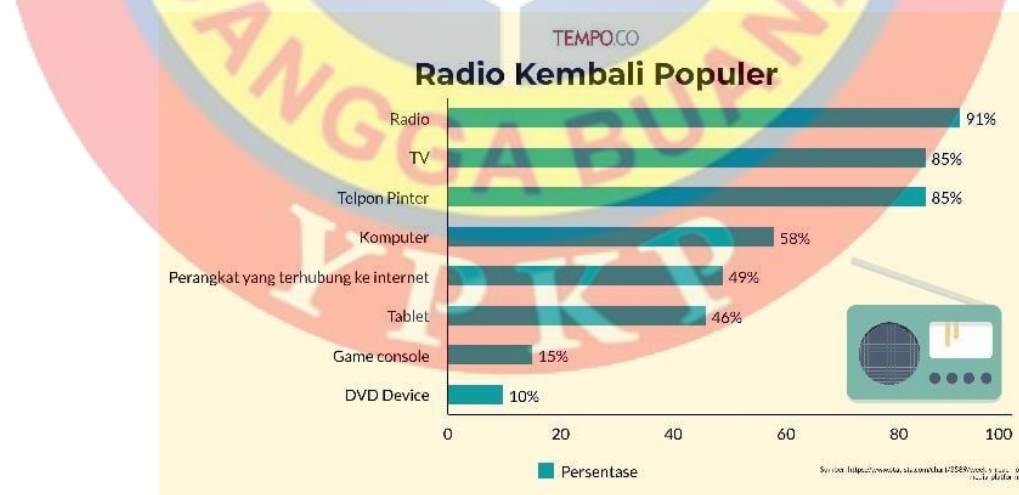
Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu mencari cara untuk membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan cepat. Dari masa ke masa, banyak alat yang terus dicoba untuk diperbaharui mulai dari cara aksesnya ataupun cara manusia menggunakan alat tersebut yang bertujuan untuk membantu setiap kegiatan manusia itu sendiri, seperti contohnya dahulu ketika akan berpergian dari satu tempat ke tempat lainnya kita hanya dapat berjalan kaki tapi seiring berjalannya waktu muncul lah sepeda motor. Hal itu dapat terjadi dikarenakan manusia terus berusaha menciptakan hal-hal baru yang lebih baik.

Di bidang komunikasi, perubahan juga sangat terasa. Dahulu untuk berbicara atau menyampaikan informasi kepada yang lain manusia perlu bertatap muka secara langsung, sekarang dengan bantuan alat seperti ponsel dan internet kita sudah dapat berkomunikasi dengan hanya bertukar pesan ke orang lain dimanapun dan kapanpun. Selain itu menyampaikan informasi saat ini tidak harus ke satu per satu individu, sekarang bisa disampaikan secara meluas, orang-orang bisa mendengar pesan yang sama di waktu yang bersamaan pula. Inilah yang disebut dengan penyiaran, lewat penyiaran pesan yang dibagikan bisa didengar oleh orang banyak sekaligus.

Dunia penyiaran adalah dunia yang sangat menarik untuk dibicarakan. Kegiatan dunia penyiaran menjadi salah satu hal yang berkaitan dengan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Media penyiaran sangat mudah untuk didapatkan dimanapun kita berada dan dalam kondisi apapun, serta selalu setia menemani kita setiap saat. Media penyiaran yaitu radio dan televisi merupakan salah satu media massa yang efisien dalam mencapai audien dalam

jumlah banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan penting dalam Ilmu Komunikasi, khususnya kajian komunikasi massa. Kemampuan media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas menjadikan media penyiaran sebagai objek penelitian penting dalam Ilmu Komunikasi massa, dibanding Ilmu Komunikasi lainnya. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang merupakan produk budaya atau pesan yang mempengaruhi atau mencerminkan budaya dalam masyarakat. (Hidayat and E-journal Universitas, 2015).

Salah satu media penyiaran yang sudah disebutkan adalah radio, Sebelum tahun 1950-an, ketika televisi menyedot banyak perhatian khalayak radio siaran, banyak orang memperkirakan bahwa radio siaran berada diambang kematian. Radio adalah media masa elektronik tertua dan sangat luwes, namun menurut data Tempo pada tahun 2021 mengatakan bahwa Radio telah kembali populer,



Gambar 1.1 Data Tempo Radio Kembali Populer

Sumber : tempo.co

Dengan semua pembicaraan tentang media digital, mudah untuk kita jadi lupa betapa kuatnya media tradisional seperti radio dan televisi. Menurut Nielsen, radio bahkan mengalahkan popularitas televisi. Menurut survei yang dilakukan pada kuartal pertama tahun 2020, radio kembali mendapatkan popularitasnya dengan 90 persen responden mendengarkan radio, mengalahkan televisi. Sementara televisi dan pengguna telepon pintar mendapatkan popularitas mencapai 85 persen (Tempo, 2021). Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya. Apabila surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan keempat maka radio siaran mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan radio siaran juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial, kekuatan radio siaran dalam memengaruhi khalayak sudah dibuktikan dari masa ke masa di berbagai negara. (Dr. Elvinaro Ardianto, Dra. Lukiati Komala and Dr. Siti Karlinah, 2019).

Seiring berkembangnya teknologi, cara manusia menerima, mendengarkan informasi pun ikut berubah. Pada era saat ini informasi berbentuk digital adalah yang paling mudah diakses, informasi digital merupakan segala bentuk informasi yang disimpan dan diproses menggunakan perangkat elektronik. Informasi seperti teks bacaan yang sebelumnya hanya bisa dibaca di koran sekarang cukup membaca artikel di internet, kini telah tersedia banyak media sosial pada ponsel yang memudahkan kita untuk memperoleh informasi. Informasi digital sudah melekat pada era saat ini, teknologi yang terus berkembang pun mempengaruhi kita dalam mencari, memilah, mendapatkan informasi menjadi lebih cepat dan praktis. Karena dengan adanya informasi digital kita dapat belajar, bekerja, berkomunikasi dimana saja dan kapan saja

dengan hanya mengandalkan satu perangkat saja entah pada laptop, telepon genggam, komputer ataupun perangkat elektronik lainnya.

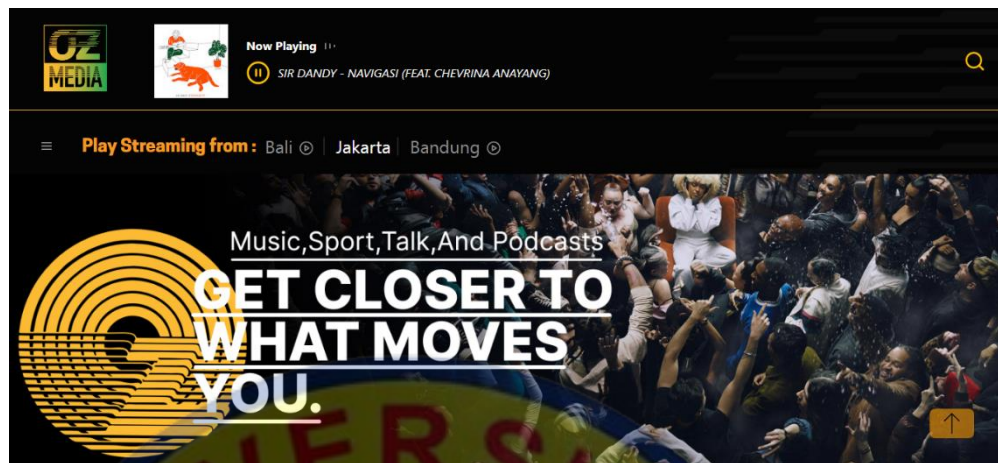
Dengan adanya perkembangan informasi digital turut mendorong terjadinya konvergensi media, Burnett dan Marshall (dalam Grant dan Wilkinson, 2008: 5) menjelaskan konvergensi sebagai campuran media, telekomunikasi dan industri komputer atau dengan kata lain, sebagai proses mengaburkan batas-batas antara platform media yang berbeda dan menyatukan mereka dalam satu digital. (Sedyaningsih, 2018). Konvergensi media ialah sebuah proses penyatuan berbagai macam jenis media yang dulu perlu menyalakan berbagai macam perangkat untuk melihat atau mendengarkan konten medianya sekarang cukup mengakses satu platform digital saja. Hal ini dapat terjadi tentunya karena perkembangan teknologi digital yang berkembang terus menerus ditambah saat ini sudah ada namanya jejaring internet yang didukung tersedianya berbagai perangkat elektronik yang canggih. Media cetak, media elektronik, karena adanya konvergensi media dapat digabungkan menjadi satu, kita bisa baca berita, melihat hiburan, mendengarkan musik pun bisa dinikmati hanya melalui satu perangkat atau satu aplikasi saja tentunya membuat menjadi lebih mudah dan lebih efisien. Konvergensi media juga mengubah cara manusia berkomunikasi dan berbagi informasi jika sebelumnya penyampaian informasi hanya bisa dilakukan satu arah sekarang bisa dua arah, contohnya dulu mendapatkan informasi mesti memutar dulu radio sekarang bisa diakses melalui aplikasi bernama “YouTube” disitu kita tak hanya mendengarkan isi informasinya tapi dapat melihat visualnya seperti apa, dapat juga mengomentari pada platform beritanya, juga bisa membagikan lagi ke berbagai aplikasi yang kita mau. Di

tengah perubahan cara orang mengakses informasi ataupun menikmati hiburan, konvergensi media memang menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Hal inipun dirasakan oleh berbagai stasiun radio, termasuk Oz Radio Bandung.

Oz Radio Bandung merupakan salah satu stasiun radio yang cukup dikenal di Kota Bandung. Radio ini dikenal karena menyajikan siaran yang ringan, segar, dan dekat dengan anak muda yang dimana anak muda ialah generasi yang senang dengan hal-hal baru dan mudah beradaptasi dengan era digital saat ini. Alasan penulis memilih Oz Radio dikarenakan Oz Radio merupakan radio yang aktif berinovasi dengan perkembangan media digital, seperti contohnya pada tahun 1993 Oz Radio Bandung memiliki OB-Van atau *Outside Broadcasting* yaitu sebuah mobil siaran keliling yang bertujuan sebagai media promosi atau sarana untuk menjangkau pendengar secara langsung ke berbagai lokasi serta pada tahun 1998 Oz Radio membuat *audio streaming* yang dimana para pendengarnya dapat mengakses melalui media internet sehingga memungkinkan Oz Radio dapat didengarkan di seluruh dunia. Saat ini, pendengar dapat mendengarkan siaran lewat *streaming online* di *website* atau aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa Oz Radio Bandung sudah mengikuti perubahan cara orang mengakses media, tidak hanya melalui satu saluran, tapi juga melalui platform yang saling terhubung dan hal ini dikenal sebagai konvergensi media.

Berikut beberapa platform media sosial yang kini digunakan oleh Oz Radio Bandung :

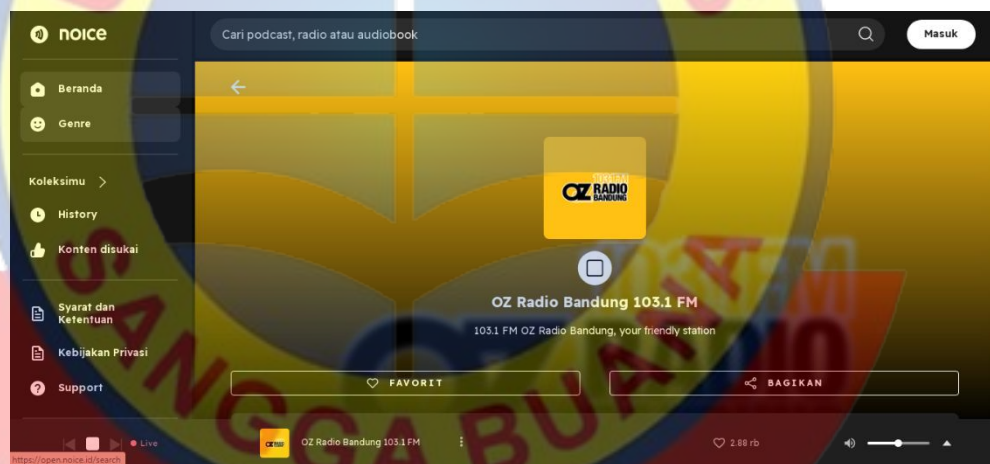
1. Website



Gambar 1.2 Website Oz Radio Bandung

Sumber : ozmedianet.com

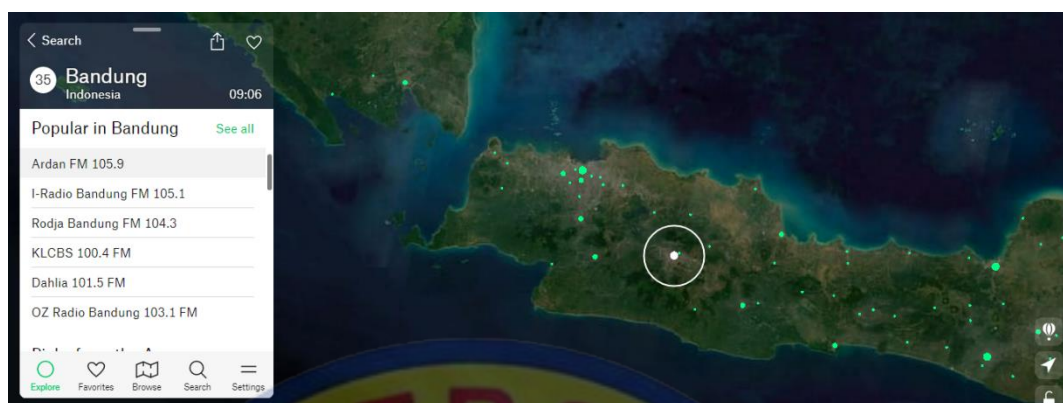
2. Noice



Gambar 1.3 Noice Oz Radio

Sumber : <https://open.noice.id>

3. Radio Garden



Gambar 1.4 Radio Garden Oz Radio Bandung

Sumber : <https://radio.garden/visit/bandung>

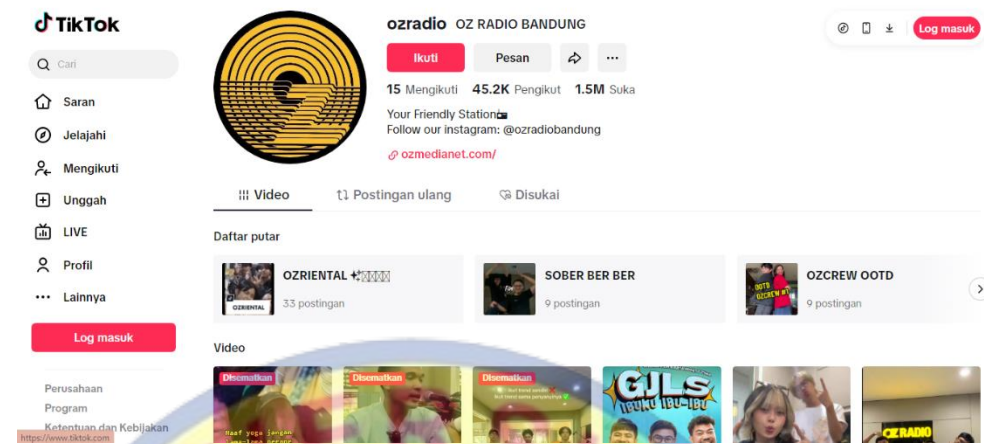
4. Instagram



Gambar 1.5 Instagram Oz Radio Bandung

Sumber : Instagram @ozradiobandung

5. TikTok



Gambar 1.6 TikTok Oz Radio Bandung

Sumber : TikTok @ozradio

6. X



Gambar 1.7 X Oz Radio Bandung

Sumber : X @ozradiobandung

7. Facebook



Gambar 1.8 Facebook Oz Radio Bandung

Sumber : Facebook /Oz Radio Bandung 103.1 FM

8. Youtube



Gambar 1.9 Youtube Oz Radio Bandung

Sumber : Youtube @OZMEDIANET

Gambar diatas merupakan contoh dari konvergensi media yang dilakukan oleh Oz Radio Bandung. Terdiri dari beberapa platform seperti Website, Noice, Spotify, Instagram, dan X. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana bentuk strategi konvergensi media yang diterapkan pada Oz Radio Bandung 103.1 FM dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih.

1. 2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi konvergensi media yang dilakukan oleh Oz Radio Bandung 103.1 FM dalam beradaptasi dengan perubahan media digital?

1. 3. Identifikasi Masalah

Untuk memahami secara lebih jelas, berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana proses konvergensi media dilakukan oleh Oz Radio Bandung?
2. Bagaimana penggunaan media digital untuk mendukung siaran Oz Radio Bandung untuk beradaptasi di era saat ini?
3. Bagaimana hambatan Oz Radio Bandung dalam menerapkan konvergensi media?

1. 4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses Oz Radio Bandung melakukan konvergensi media.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan media digital dalam membantu Oz Radio Bandung beradaptasi di era sekarang.
3. Untuk mengetahui upaya Oz Radio Bandung dalam menghadapi tantangan konvergensi media.

1. 5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam mempelajari tentang media dan teknologi komunikasi yang semakin maju dan canggih juga dapat menjelaskan bagaimana media tradisional seperti radio tetap bertahan dan menyesuaikan diri di era digital saat ini. Serta penelitian ini pun diharap bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang ingin mempelajari mengenai perubahan media saat ini.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Terhadap Penulis

Mengaplikasikan pengetahuan mengenai konvergensi media yang pernah dipelajari pada salah satu mata kuliah yang pernah diambil serta dapat mempelajari lebih banyak mengenai bagaimana konvergensi media khususnya pada radio dengan Oz Radio Bandung sebagai objek penelitian.

2. Terhadap Pembaca

Diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang tertarik dengan dunia media terlebih bagaimana media tradisional seperti radio dapat beradaptasi di era digital agar dapat melihat bagaimana cara mereka mengikuti perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih.

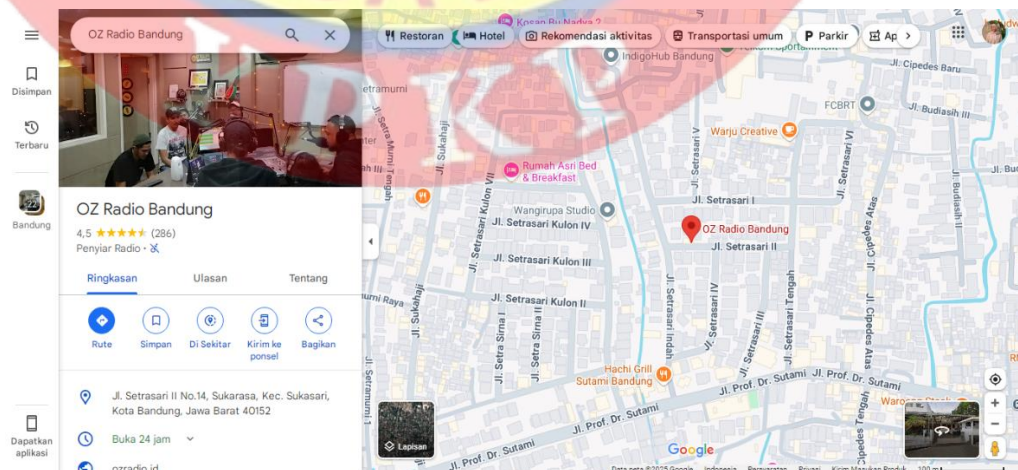
1. 6. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN: Latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA: Rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran
3. BAB III METODE PENELITIAN: Pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN: Objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP: Simpulan dan rekomendasi.

1. 7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di, Jl. Setrasari II No.14, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152.



Gambar 1.10 Alamat Oz Radio Bandung

Sumber: Google Maps

Berikut rincian waktu pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis selama April - 2025 penelitian yang dilakukan oleh penulis:

No	Kegiatan	Bulan					
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1.	Observasi awal						
2.	Penyusunan Usulan Penelitian						
3.	Sidang Seminar Usulan Penelitian						
4.	Revisi Usulan Penelitian						
5.	Pengambilan data penelitian dan pengolahan data penelitian						
6.	Penyusunan hasil penelitian						
7.	Sidang Akhir						
8.	Revisi Akhir						

Tabel 1.1 Rincian Waktu Penelitian

Sumber: di olah penulis