

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

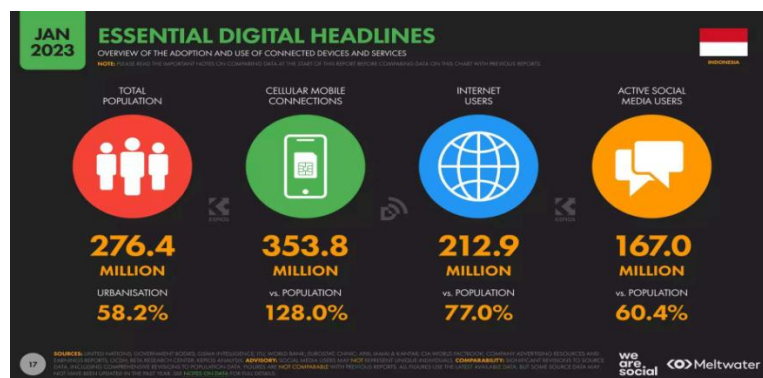
Media sosial saat ini punya peran penting dalam kehidupan. Media sosial saat ini bukan hanya penting dalam bidang informasi saja, media sosial sekarang mampu menjangkau di berbagai bidang. Media sosial sendiri adalah sebuah media *online* yang dapat mendukung hubungan antaindividu dengan menggunakan teknologi berbasis *web* yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif (Nabila Dhifa, 2020).

Di era ini media sosial sangat berperan karena media sosial mempunyai jangkauan akses yang sangat luas. Seseorang pasti mempunyai keinginannya sendiri dalam menggunakan media sosial dengan cara berbagi informasi kepada orang lain, mencari sesuatu untuk dijadikan referensi, ataupun mengikuti trend-trend terkini yang sedang viral. Media sosial juga dapat digunakan oleh media massa, seperti radio, sebagai sarana membangun hubungan dengan khalayak, dan promosi program acara.

Sejak diberlakukannya UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran, dunia penyiaran berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas mereka agar nantinya bisa ikut bersaing dengan yang lainnya. Penyiaran saat ini berkembang sangat pesat. Radio dan televisi juga harus mampu mengikuti perkembangan agar tidak punah. Salah satu contoh kemajuan teknologi yang sangat terlihat adalah fenomena digitalisasi. Kata 'digitalisasi' adalah satu kata yang tak mungkin lepas dari pembahasan dunia industri dan informasi di abad ke-21 ini. Penggunaan digitalisasi mulai muncul pertama kali dalam esai tahun 1971 yang diterbitkan di *North American Review* (Brennen and Kreiss, 2014). Secara entitas analog menjadi digital. Secara sederhana digitalisasi adalah proses perubahan yang terjadi pada teknologi bersifat analog ke teknologi bersifat digital. Proses yang terjadi kemudian banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, hingga saat ini industri sudah semakin modern dan mengandalkan teknologi tersebut untuk terus menopang operasionalnya. Proses peralihan ini juga ditujukan untuk memudahkan semua urusan yang diperlukan oleh *user* atau pengguna layanan dan

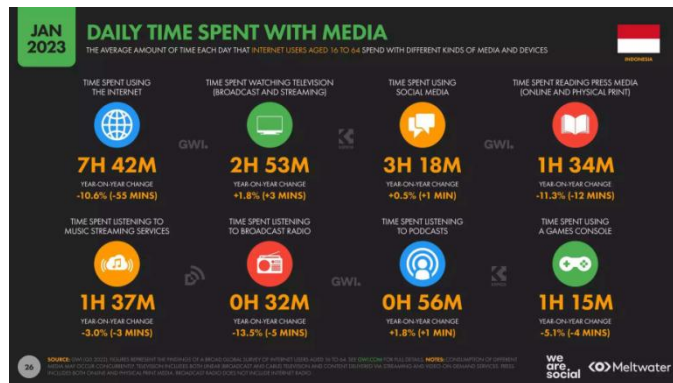
produk. Fenomena digitalisasi yang pesat membuat segala sesuatu menjadi mudah dan praktis (Aji, 2016).

Tidak perlu bertemu terlebih dahulu saat ini manusia dapat mengenal wajah seseorang, nama seseorang, pekerja seseorang, hingga makanan favorit mereka hanya melalui media sosial. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh *Datareportal.com* pada laporan “Digital 2023 Indonesia” menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, dan diperkirakan akan terus berkembang hingga mencapai 215 juta pengguna pada tahun 2023.



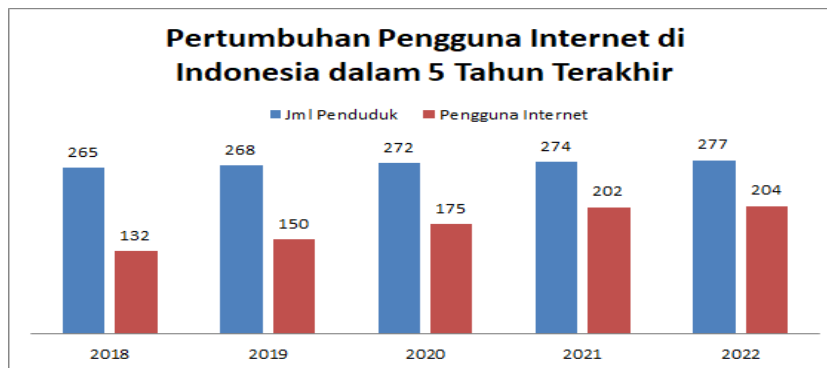
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia tahun 2023 menurut survei *we are social*

Menurut survei *Hootsuite* pada Januari tahun 2023 mencatat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta (77 persen dari total populasi). Dari jumlah tersebut, pengguna media sosial aktif: 167 juta (60,4 persen dari total populasi). Pada tahun 2023, Perangkat Mobile yang terhubung: 353,8 juta (128 persen dari total populasi). Uniknya, rata-rata pengguna media sosial akan menghabiskan waktu selama 3 jam, 18 menit di media sosial mereka setiap harinya.



Gambar 1.2 Data pengguna media sosial di Indonesia tahun 2023 menurut survei *we are social*

Selain peningkatan penggunaan internet, laporan tersebut juga memproyeksikan adopsi teknologi digital lainnya di Indonesia, seperti media sosial dan *e-commerce*, yang juga terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat fakta menarik lainnya dalam laporan tersebut, seperti meningkatnya penggunaan perangkat mobile dan meningkatnya permintaan untuk konten digital, yang dapat menjadi strategi penting bagi pemasar dan bisnis di Indonesia. Ini adalah grafik balok penggunaan internet di Indonesia.

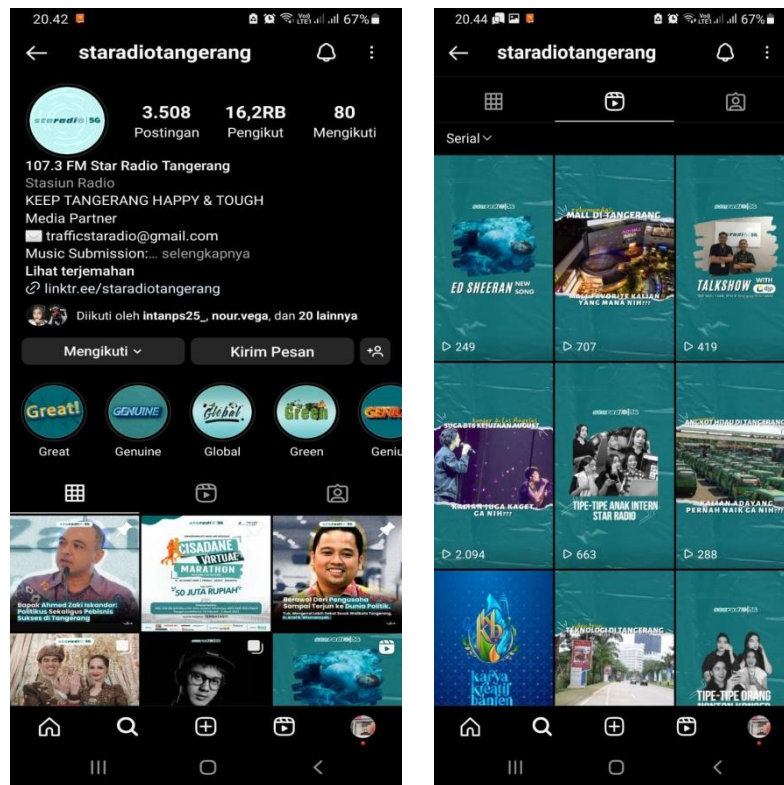


Gambar 1. 3 Grafik penggunaan internet dari 2018-2022 di Indonesia menurut survei *we are social*

Salah satu media sosial yang saat ini sangat di minati oleh masyarakat Indonesia adalah *Instagram*. *Instagram* adalah platform sosial media berbasis foto dan video. Indonesia menempati peringkat empat paling banyak yang penduduknya mengakses *Instagram* Sudah bukan fenomena baru lagi jika

Instagram tidak hanya digunakan untuk mengirim konten foto atau video, tetapi *Instagram* juga membuat banyak orang yang dulunya bukan siapa-siapa dan sekarang setelah menggunakan *Instagram* beralih profesi menjadi seorang *influencer* yang bisa mendapatkan uang yang cukup besar (Jubilee interprise, 2021).

Mike Krieger dan Kevin Systrom adalah nama-nama utama di balik penemuan *Instagram*. *Instagram* ini berevolusi dari aplikasi untuk *iPhone* yang dikenal sebagai *Burbn*. Aplikasi *Burbn* agak terlalu rumit pada tahap awalnya, namun keduanya berhasil memperbaikinya. Mereka akhirnya membuatnya menjadi konsep yang lebih sederhana dan menyebutnya *Instagram* (J. Holmes, 2015).



Gambar 1.4 Tampilan akun Instagram *Star Radio* Tangerang

Radio ada dimana-mana. Sinyal yang melewati spektrum elektromagnetik tersedia di semua tempat disepanjang waktu. Tetapi, sebagai industri ada tanda-tanda yang mengkhawatirkan. Acara utama radio, yakni musik telah digantikan oleh *Youtube*, berita telah bergabung bersama *platform online*, dan bincang-

bincang telah di gantikan oleh *podcast*. Maka *audiens* utama radio yakni kelompok usia 18 sampai 24 tahun telah banyak berkurang (John Vivian, 2008).

Karena mudahnya mengakses di media, akhir nya beberapa radio mulai menggunakan media sosial untuk mendukung kinerja siaran mereka agar tetap bisa didengarkan oleh pendengar setianya. Contohnya salah satu radio yang ada di Kota Tangerang yaitu *Star Radio Tangerang* saat ini mereka memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media promosi bagi pendengar radio tersebut. Melalui media *Instagram Star Radio Tangerang* selalu memberikan berita-berita terkini, *quis* berhadiah, *OOTD (outfit of the day)*, memberikan rekomendasi tempat jajanan yang murah dan selalu memberikan informasi seaktual mungkin. Selain membuat penyiar dan pendengar menjadi dekat media sosial juga sangat berguna untuk menarik perhatian pendengar untuk tetap mendengarkan siaran radio tersebut.

Ini adalah tampilan depan akun *Instagram Star Radio Tangerang* yang memiliki pengikut 16,2 ribu. Sudah memiliki banyak *instastory* dan bahkan selalu *update* dalam setiap harinya. Di *Instagram Star Radio Tangerang* juga sudah terdapat *link streaming* yang bisa di akses oleh siapa saja yang ingin mendengarkan siaran mereka. *Link streaming* dicantumkan pada bio *Instagram Star Radio*. Bahkan tampilan *website* nya pun rapi dan menarik. Dalam hal ini, itu merupakan daya tarik untuk promosi siaran di *Star Radio Tangerang* agar pendengar mudah untuk mendengarkan siaran dalam keadaan dan situasi apapun. *Update* informasi setiap hari bisa menarik para pendengar untuk mendapatkan informasi atau sekedar ingin mendengarkan suara penyiar nya saja. Dengan tampilan itu, *Star Radio Tangerang* bisa membentuk citra yang baik dan lebih *modern* agar bisa membuat pendengar merasa nyaman dan membuat lebih banyak lagi yang mendengarkan siaran di *Star Radio Tangerang*.

Kelebihan *Instagram* sebagai media promosi antara lain yaitu gratis, banyak pengguna, mudah dalam penggunaan aplikasinya, bisa terkoneksi dengan media sosial lainnya sehingga praktis dan efisien, cara berpromosinya pun mudah, karena media utamanya berupa foto dan video, maka lebih bisa menarik orang yang melihatnya. Meskipun begitu, sebagai media promosi ada beberapa catatan

yang harus diperhatikan oleh pengguna *Instagram* dalam berpromosi yaitu harus rajin *update* konten, rawan terkena *spamming*, tidak praktis untuk bertransaksi. Biasanya *Instagram* memang hanya di pakai untuk promosi, tapi transaksi menggunakan media sosial lainnya seperti *Whatsapp* atau aplikasi digital lainnya.



Gambar 1.5 Logo Star Radio Tangerang

Star Radio 107,3 FM Tangerang adalah radio terbesar dan nomor satu di wilayah Tangerang Raya, didirikan oleh Dhanny Iskandar pada tanggal 11 Maret 1990 dan nama *Star Radio* diambil dari singkatan perusahaan *PT. Radio Suara Tunggal Angkasa Raya*. Pada awalnya *Star Radio* Tangerang ini beroperasi di daerah Pasar Kemis Tangerang dengan frekuensi awal 106,5 FM. Dengan cita-cita menjadi radio yang bermanfaat dan mendapatkan tempat dihati masyarakat Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Setelah adanya regulasi pemerintah akan penggeseran frekuensi yang berdampak pada perubahan frekuensi *Star Radio* menjadi 107,3 FM Tangerang disamping itu lokasi letak nomor operasional *Star Radio* juga berpindah ke perusahaan Moderland Tangerang tepatnya di Jalan Pulau Putri Raya No.02 dalam satu hari *Star Radio* beroperasi siaran selama 18 jam tepatnya mulai pukul 05.00 WIB sampai dengan pukul 00.00 WIB.

Star radio menemani pendengarnya yang mayoritas adalah anak muda dan masyarakat perkotaan yang setiap harinya bekerja di Jakarta dan Tangerang yang berdomisili di Tangerang Raya. Dengan konsisten memutar lagu terbaik dari dalam dan luar negeri, serta tetap memberikan informasi terkini yang berkaitan dengan informasi terbaru dari Tangerang Raya, berita dan Infomasi

yang sedang ramai dibicarakan baik dari dalam maupun luar negeri berupa berita dari dunia hiburan, teknologi, kesehatan, *lifestyle*, dan dari dunia olahraga. Star radio memiliki target pendengar berdasarkan umur 18-35 tahun dengan segmentasi a, b, dan c+ dilatarbelakangi oleh hasil survei letak geografis serta data penduduk di daerah Tangerang Kota dan Tangerang Selatan adalah masyarakat perkotaan dengan taraf sosial ekonomi rata-rata menengah ke atas maka dari itu tidak heran jika *Star Radio* sering dipercaya untuk menjadi mediator acara-acara yang di adakan di Tangerang baik sebagai penyelenggara acara-acara sebagai media *partner*.

Musik-musik yang diputarkan oleh stadium memiliki komposisi dengan persentase pemutaran sebesar 50 persen lagu dari dalam negeri dan 50 persen lagu dari mancanegara. Dalam persentase pemutaran lagu tahun 2015-2018 sebanyak 50 persen dan lagu tahun 2010-2015 sebanyak 30 persen sedangkan kombinasi lagu tahun 1990-2010 sebanyak 20 persen. Lagu tersebut dibuat dengan berdasarkan hasil *survei* dari *request* lagu para pendengar dan improvisasi dari *Star Radio* Tangerang.

Star Radio Tangerang berada di frekuensi 107,3 FM memiliki beberapa program siaran yaitu ada *SITM (Star In The Morning)*, *Break Time*, *Portal Indonesia*, *Rising Star* dan ada program baru yaitu *Star Weekend*. Empat program yang ada di *Star Radio* tersebut dibagi menjadi dua program, program *prime time* dan *regular time*. Saat ini pendengar setia radio bisa mendengarkan siaran radio dengan cara yang mudah dan praktis, hanya dengan menggunakan *smartphone* atau *handphone* pendengar bisa langsung mendengar siaran yang sudah amat di nanti. Tidak hanya sebatas mendengarkan dengan karena era yang semakin canggih pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar radionya. Bisa *request* lagu yang kita mau, titip salam buat orang-orang yang kita sayang, dan juga bisa minta tips-tips atau rekomendasi apapun ke penyiar radionya.

Dengan adanya beberapa program siaran yang menarik dan mempunyai pendengar yang setia disetiap programnya maka perkembangan media penyiaran saat ini sangat mambantu penyiar nya dalam membangun hubungan dengan pendengarnya. Hal ini dilakukan karena didalam radio penyiar mempunyai durasi

tertentu untuk siaran. Maka dari itu selain memanfaatkan media sosial sebagai media informasi bagi pendengar, penyiar juga bisa memanfaatkan media sosial untuk menyambung silaturahmi agar nantinya pendengar tetap setia mendengarkan penyiar saat siaran berlangsung.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik dengan bagaimana manajemen *Star Radio* Tangerang dalam mempromosikan acara siaran mereka melalui media sosial *Instagram*. Informasi apa saja yang di *upload* di media sosial untuk pendengar setia. Maka, peneliti menjadikan paparan atau uraian di atas sebagai latar belakang masalah dari judul skripsi yang berjudul “**Pemanfaatan *Instagram* di *Star Radio* Tangerang**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan uraian di atas, maka pemasalahan yang akan di identifikasikan sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen *Star Radio* Tangerang dalam mengelola media sosial *instagram* *Star Radio* Tangerang ?
2. Mengapa manajemen *Star Radio* Tangerang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi?
3. Apa saja konten yang diunggah *Instagram* *Star Radio* Tangerang dalam rangka mempromosikan program siaran bagi pendengar *Star Radio* Tangerang?
4. Bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi siaran bagi para pendengar *Star Radio* Tangerang ?

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi program siaran untuk para pendengarnya.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan di uraikan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian adalah :

Bagaimana manajemen *Star Radio* Tangerang dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai Sarana Promosi program siaran untuk para pendengarnya?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti bertujuan untuk mengetahui penggunaan fitur-fitur *Instagram* di *Star Radio* Tangerang dalam mempromosikan program siaran untuk para pendengarnya.
2. Peneliti ini ingin mengetahui respon yang di dapat setelah memanfaatkan fitur-fitur *Instagram* di *Star Radio* Tangerang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini baik secara akademik dan secara praktis adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Akademik

Secara akademik, hasil penelitian ini semoga bisa menambah wawasan, dan berguna terkhusus untuk Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMJ dalam rangka memperkaya penelitian tentang komunikasi khususnya hasil penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, semoga bisa memberikan masukan kepada pihak terkait terkhusus untuk radio lainnya tentang bagaimana pemanfaatan media sosial untuk *Instagram* sebagai sarana promosi program siaran bagi pendengar, agar nantinya radio akan makin berkembang dan tidak mati karena zaman.