

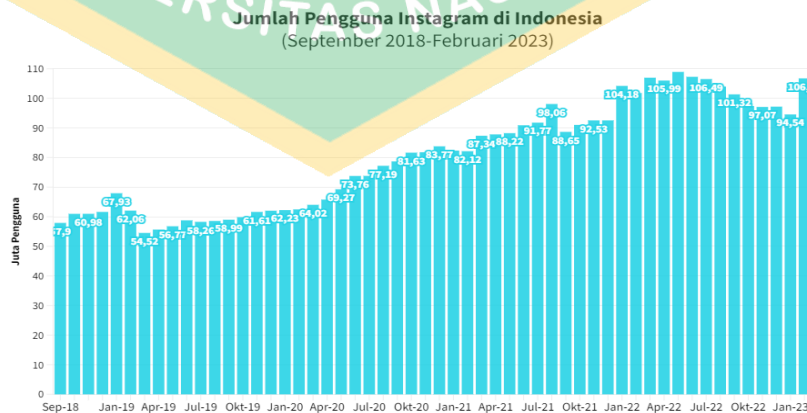
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi salah satu kekuatan utama dalam memengaruhi perilaku masyarakat modern. Fenomena ini tidak terkecuali dalam ranah bisnis, di mana media sosial telah membuka peluang baru untuk mencapai target pasar, memperluas jangkauan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Media sosial digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari komunikasi, hiburan, hingga bisnis. Dalam konteks bisnis, media sosial dapat digunakan untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan (Reni Ferlitasari, 2020).

Salah satu media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten yang menarik dan kreatif. Instagram memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif per bulan di seluruh dunia, dan sekitar 106,72 juta pengguna aktif per bulan sepeptember 2018 hingga februari 2023 di Indonesia. Instagram memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis, seperti *stories*, *reels*, *IGTV*, *live*, dan *shopping*. Fitur-fitur ini dapat membantu pelaku bisnis untuk menampilkan produk atau jasa mereka, menyampaikan informasi atau promosi, dan berinteraksi dengan audiens (Prasetyo, 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Di Indonesia, industri radio masih tetap relevan, terutama sebagai sumber informasi dan hiburan yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Meskipun menghadapi persaingan yang ketat dari platform media baru seperti streaming dan jejaring sosial, radio tetap menjadi salah satu pilihan utama untuk mendapatkan konten yang aktual dan menarik. Namun, untuk tetap relevan dalam era digital ini, radio perlu mengadopsi strategi baru, termasuk memanfaatkan kekuatan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pendengar.

Radio adalah salah satu media massa yang masih populer di Indonesia. Radio memiliki keunggulan tersendiri, yaitu dapat menjangkau audiens yang luas dan memberikan informasi secara *real time* (Firdaus, 2023). Namun, radio juga menghadapi persaingan yang ketat dari media massa lain, seperti televisi dan internet. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing radio adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dapat digunakan oleh radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan informasi tentang program radio, dan membangun hubungan dengan audiens (Wiliana, 2021).

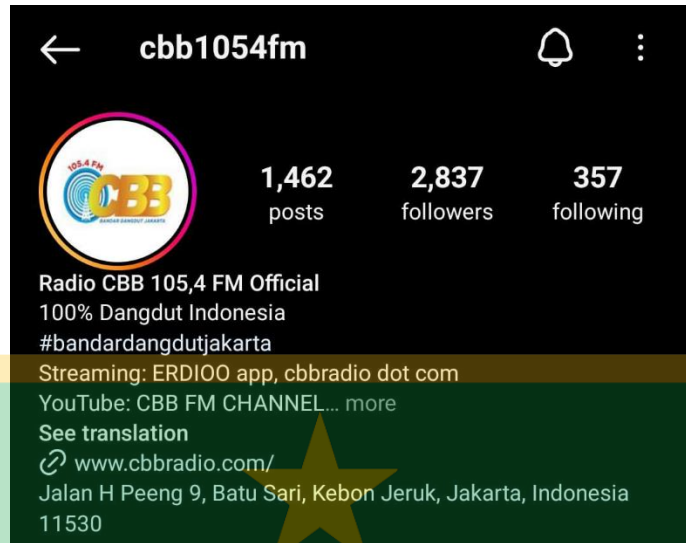
Salah satu contoh radio yang menghadapi tantangan ini adalah Radio CBB 105,4 FM. Meskipun telah berdiri selama lebih dari lima dekade dan memiliki basis pendengar yang setia, radio ini menghadapi kendala dalam menarik minat pendengar muda dan memanfaatkan potensi penuh dari media sosial, khususnya Instagram. Analisis data menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pendengar di platform Instagram belum sepenuhnya mencerminkan popularitas radio ini di kalangan pendengar setianya.

Namun, radio juga menghadapi tantangan yang besar dari perkembangan teknologi di era digital ini. Banyak media baru yang bermunculan, seperti media streaming melalui website atau youtube, serta media sosial lainnya yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan keanekaragaman dalam menyajikan konten audiovisual. Hal ini membuat radio harus berinovasi dan bersaing dengan media lainnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh radio adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Media sosial dapat membantu radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menyampaikan

informasi tentang program radio, dan membangun hubungan dengan audiens (Marcella, 2018).

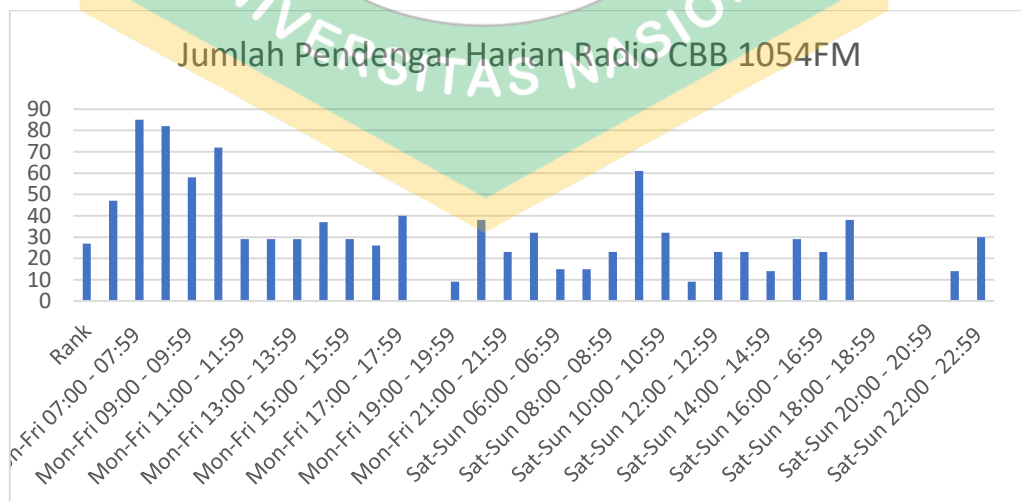
Radio CBB 105,4 FM adalah salah satu radio swasta yang telah berdiri sejak tahun 1970-an dan sudah 52 tahun mengudara dan masih eksis sampai saat ini. Radio ini merupakan radio pertama yang mengusung genre dangdut di saluran FM. Radio ini juga memiliki komunitas pendengar yang loyal dan menyajikan konten-konten yang sesuai dengan segmentasi etnis di Indonesia. Radio CBB FM 105,4 dengan tagline “Bandar Dangdut Jakarta” telah menjadi legenda di kalangan pecinta musik dan artis dangdut dengan sapaan akrab “Neng Manis Abang Sayang” kepada pendengarnya. Radio ini tetap konsisten dalam menyajikan musik dangdut dan inovatif dalam setiap program acaranya (Akademi, 2017).

Radio CBB 105,4 FM merupakan salah satu stasiun radio swasta yang berbasis di Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Mereka juga memiliki kehadiran di platform media sosial khususnya Instagram dengan nama pengguna resmi @cbb1054fm. Akun ini telah berhasil mengumpulkan jumlah pengikut yang cukup signifikan mencapai angka 2.837. Angka ini mencerminkan potensi besar untuk menjangkau audiens yang luas. Terkait aktivitas di platform tersebut, akun @cbb1054fm terbilang cukup aktif dalam membagikan konten, dengan rata-rata 5-7 postingan setiap minggunya. Tingginya frekuensi postingan ini membantu mereka tetap relevan dan menarik perhatian dari audiensnya. Dalam hal jenis konten, akun ini menampilkan beragam materi mulai dari foto dan video terkait aktris dangdut, acara radio, informasi seputar program siaran, hingga hiburan. Variasi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi beragam minat audiens yang berbeda (@cbb1054fm., 2023).



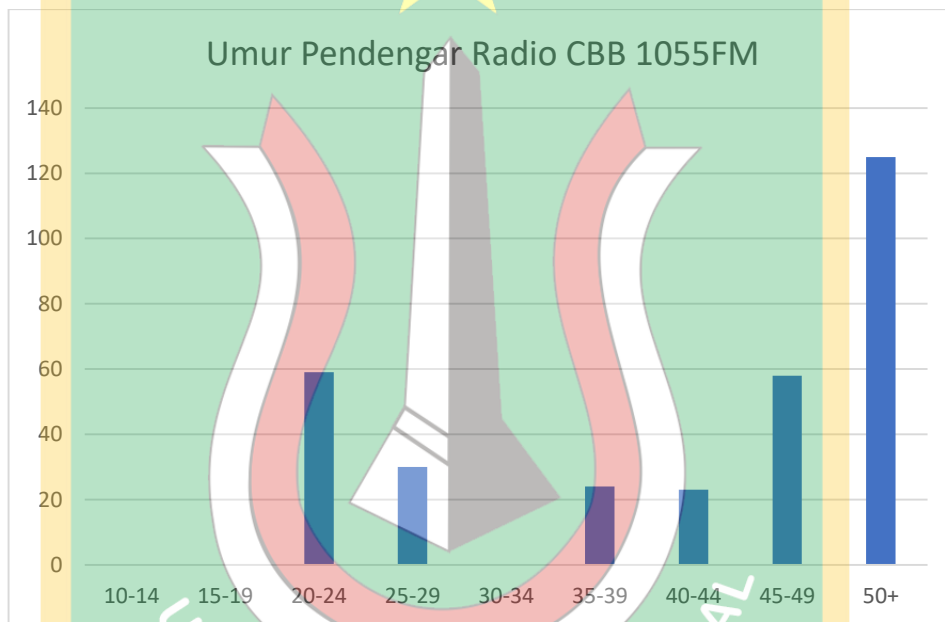
Gambar 1.2 Akun Instagram cbb1054fm

Kualitas konten juga menjadi perhatian utama dengan foto dan video yang diposting memiliki kualitas tinggi. Informasi yang disampaikan pun selalu akurat dan bermanfaat bagi audiens yang memperhatikannya. Selain itu, interaksi dengan audiens juga terbilang positif. Setiap postingan rata-rata mendapatkan 100-200 likes dan komentar. Tingkat *engagement* yang tinggi ini menunjukkan bahwa audiens sangat aktif dalam berinteraksi dengan konten yang disajikan oleh akun ini. Namun, untuk memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi, radio perlu memiliki strategi pengelolaan media sosial yang tepat. Strategi pengelolaan media sosial adalah rencana aksi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu melalui media sosial. Strategi ini mencakup aspek-aspek seperti tujuan, audiens, konten, frekuensi, kualitas, dan evaluasi.



Gambar 1.3 Data Jumlah Pendengar Harian

Berdasarkan data jumlah pendengar harian CBB, terlihat bahwa CBB memiliki kinerja yang kurang baik dibandingkan dengan stasiun radio lainnya. CBB memiliki peringkat 27 dari 47 stasiun radio yang tercantum dalam data, dengan jumlah pendengar rata-rata 32,6 pada hari kerja dan 18,8 pada akhir pekan. Jumlah pendengar CBB bervariasi di setiap slot waktu, tetapi cenderung lebih tinggi pada pagi dan siang hari, serta lebih rendah pada sore dan malam hari. Jumlah pendengar CBB tertinggi adalah 85 pada slot waktu Mon-Fri 07:00 - 07:59, sedangkan jumlah pendengar terendah adalah 0 pada beberapa slot waktu, terutama pada akhir pekan. Ini menunjukkan bahwa CBB memiliki daya tarik yang lebih besar pada jam kerja daripada pada waktu luang.



Gambar 1.4 Data Umur Pendengar

Selain jumlah pendengar, data umur pendengar CBB juga menunjukkan beberapa hal yang perlu diperhatikan. CBB tidak memiliki pendengar sama sekali pada kelompok usia 10-14, 15-19, dan 30-34, yang merupakan kelompok usia potensial bagi radio. Mayoritas pendengar CBB berasal dari kelompok usia 50+, dengan jumlah 125 orang. Ini menunjukkan bahwa CBB lebih sesuai dengan selera dan kebutuhan pendengar yang lebih tua. Kelompok usia kedua terbesar yang mendengarkan CBB adalah 20-24, dengan jumlah 59 orang. Ini menunjukkan bahwa CBB masih memiliki potensi untuk menarik pendengar yang lebih muda, jika dapat menyesuaikan program atau konten yang lebih relevan dan menarik bagi mereka. Jumlah pendengar CBB rata-rata adalah 18,7 orang per

kelompok usia. Ini menunjukkan bahwa CBB memiliki pangsa pasar yang sangat kecil dibandingkan dengan stasiun radio lainnya, seperti BENS yang memiliki jumlah pendengar rata-rata 122,6 orang per kelompok usia.

Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengelolaan akun Instagram @cbb1054fm yang dapat meningkatkan minat pendengar terhadap radio CBB. Strategi ini harus mempertimbangkan karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pendengar CBB, serta memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang sesuai dengan tujuan dan sasaran CBB. Strategi ini juga harus mampu mengukur dan mengevaluasi efektivitas dan dampaknya terhadap kinerja radio CBB.

Salah satu media sosial yang digunakan oleh radio CBB 105,4 FM adalah Instagram. Alasan memilih Instagram sebagai media sosial yang digunakan oleh radio CBB 105,4 FM adalah karena Instagram merupakan media sosial terbaik untuk branding, yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi, audiens yang sangat besar, dan fitur-fitur yang kreatif. Selain itu, Instagram juga ramah pengguna seluler, mudah digunakan, dan murah. Hal ini sesuai dengan karakteristik radio yang juga mudah diakses, praktis, dan hemat biaya. Dengan menggunakan Instagram, radio CBB 105,4 FM dapat menampilkan gambar dan video yang menarik, menyampaikan informasi atau promosi, dan berinteraksi dengan audiens. Hal ini dapat membantu radio untuk meningkatkan loyalitas dan minat pendengar. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur Instagram Ads, yang dapat digunakan untuk meningkatkan jangkauan dan kesadaran merek. Hal ini dapat membantu radio untuk menarik audiens baru dan bersaing dengan media lainnya.

Pengelolaan media sosial tidak hanya sebatas pada aktivitas posting konten dan interaksi dengan pengguna, tetapi juga mencakup perencanaan strategis yang matang untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Strategi pengelolaan media sosial melibatkan identifikasi target audiens, penentuan jenis konten yang tepat, jadwal posting yang optimal, dan evaluasi kinerja secara teratur. Dalam konteks radio CBB 105,4 FM, pengelolaan media sosial yang efektif akan menjadi kunci untuk meningkatkan minat pendengar dan memperkuat posisi merek di pasar. Strategi yang tepat harus mempertimbangkan karakteristik audiens radio, preferensi konsumen, serta tren dan perkembangan terbaru dalam media

sosial. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelajahi berbagai strategi pengelolaan media sosial yang dapat diterapkan oleh radio CBB 105,4 FM untuk meningkatkan interaksi dengan pendengar, meningkatkan jumlah pengikut, dan memperkuat keterlibatan di platform Instagram.

Berdasarkan uraian di atas, akun Instagram @cbb1054fm memiliki potensi untuk menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi Radio CBB 105,4 FM. Akun ini dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang luas, menyampaikan informasi tentang program radio, dan membangun hubungan dengan audiens. Namun, potensi tersebut belum tentu terwujud tanpa adanya strategi pengelolaan media sosial yang tepat. Strategi pengelolaan media sosial adalah rencana aksi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu melalui media sosial. Strategi ini meliputi aspek-aspek seperti tujuan, audiens, konten, frekuensi, kualitas, dan evaluasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah tersusun di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: *“Bagaimana Strategi Pengelolaan Akun Instagram @cbb1054fm dalam Menarik Minat Pendengar?”*

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan akun Instagram @cbb1054fm dalam menarik minat pendengar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan kegunaan, antara lain:

1.4.1 Manfaat secara teoritis

Manfaat secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pembelajaran dalam bidang ilmu komunikasi terutama yang membahas tentang strategi pengelolaan media sosial Instagram khususnya pada media sosial radio dalam menarik minat pendengar.

1.4.2 Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan serta menjadi bahan evaluasi bagi Radio CBB 105,4 FM dalam melakukan strategi pengelolaan media sosial, sehingga dapat menarik minat pendengar radio melalui media sosial Instagram.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, antara lain:

- **BAB I PENDAHULUAN.** Bab ini menjelaskan mengenai fenomena penggunaan media sosial dalam masyarakat modern, membahas mengenai perkembangan dan tantangan radio pada saat ini, alasan memilih Radio CBB 105,4 FM serta mengapa memilih platform Instagram untuk diteliti, data jumlah pendengar dan data umur pendengar Radio CBB 105,4 FM. Pada bab 1 ini juga terdapat rumusan masalah yaitu “Bagaimana strategi pengelolaan akun Instagram @cbb1054fm dalam menarik minat pendengar?”. Adapun tujuan penelitian ini yaitu “mengetahui strategi pengelolaan akun Instagram @cbb1054fm dalam menarik minat pendengar”. Terdapat juga manfaat teoritis pada penelitian ini yaitu diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pembelajaran dalam bidang ilmu komunikasi terutama yang membahas tentang strategi pengelolaan media sosial Instagram khususnya pada media sosial radio dalam menarik minat pendengar. Sedangkan manfaat praktisnya yaitu penelitian ini diharapkan menjadi masukan serta menjadi bahan evaluasi bagi Radio CBB 105,4 FM dalam melakukan strategi pengelolaan media sosial, sehingga dapat menarik minat pendengar radio melalui media sosial Instagram. Terakhir, pada bab 1 ini dijelaskan juga sistematika penulisan.
- **BAB II KAJIAN PUSTAKA.** Bab ini berisi tentang ringkasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu, pada bab kedua ini menjelaskan mengenai konsep strategi pengelolaan, menjelaskan mengenai media sosial serta menjelaskan bagaimana pengelolaan media sosial, lalu menjelaskan mengenai Instagram, radio,

minat, minat pendengar, dan teori *media social*. Pada bab 2 ini juga terdapat kerangka pemikiran.

- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN.** Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang menggunakan kualitatif deskriptif, terdapat juga penentuan informan yaitu *key informan* dan dua informan lain, teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, teknik pengelolaan dan analisis data yaitu dengan reduksi data lalu menyajikan data dan terakhir menarik kesimpulan atau verifikasi, teknik uji keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi teknik, serta lokasi dan penentuan jadwal penelitian di Radio CBB 105,4 FM.
- **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Bab ini berisi tentang gambaran umum Radio CBB 105,4 FM. Terdapat sejarah singkat mengapa Radio CBB 105,4 FM bisa berkembang, profil Radio CBB 105,4 FM, logo Radio CBB 105,4 FM, terdapat juga visi misi Radio CBB 105,4 FM, struktur organisasi, serta dijelaskan gambaran isi media yaitu akun Instagram @cbb1054fm. Pada bab 4 ini juga terdapat hasil penelitian yang berisi strategi Radio CBB dalam mengelola akun Instagram dalam menarik minat pendengar serta analisis SWOT.
- **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.** Bab ini berperan sebagai akhir yang merinci hasil penelitian, memberikan ringkasan temuan, serta menawarkan saran dari perspektif teoritis dan praktis. Selain itu pada bab ini juga memuat lampiran terkait dengan penelitian.