

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

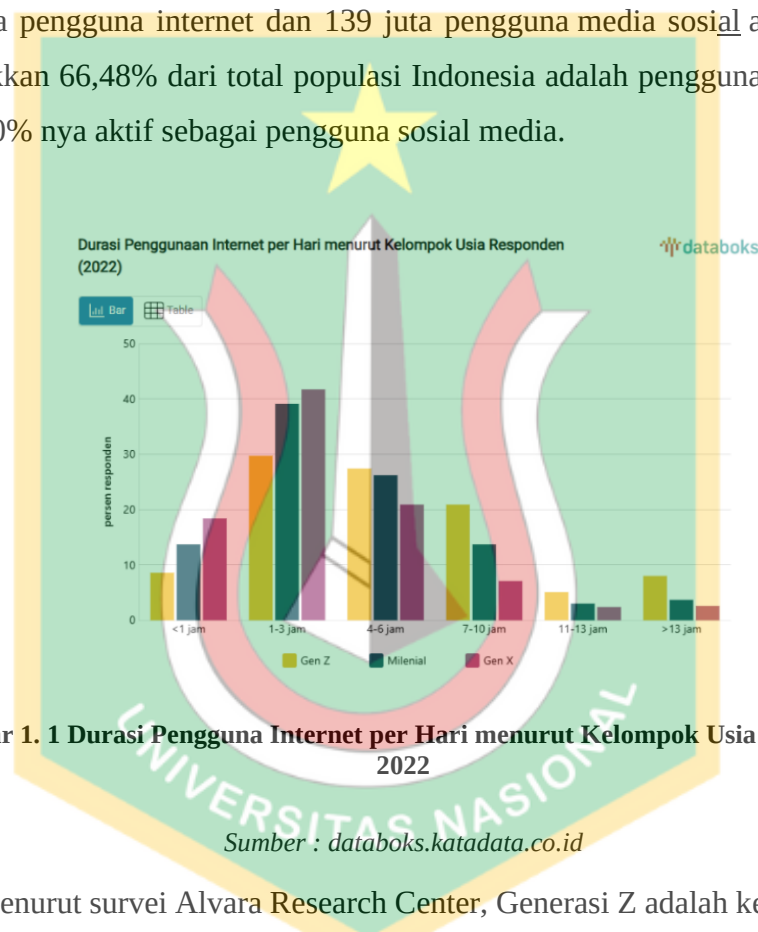
Pada dasarnya sebuah teknologi diciptakan untuk membuat pekerjaan manusia lebih mudah, cepat dan efisien. Berkembangnya teknologi saat ini membuat semua aspek kehidupan tidak dapat terlepas dari penggunaan teknologi, baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Teknologi ini telah membawa perubahan dalam bentuk media informasi dari media konvensional, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi, ke media berbasis digital, yang sering disebut sebagai konvergensi media.

Dapat dikatakan proses ini menghasilkan cara baru untuk menyampaikan informasi, yang berdampak pada bagaimana audiens mengakses dan mengonsumsi konten. Oleh karena itu, konvergensi media menunjukkan perkembangan tidak hanya dalam teknologi, tetapi juga dalam cara konsumen berkomunikasi dan berperilaku di era digital. Dengan kata lain, konvergensi media di sini bukan hanya penggabungan berbagai platform media, tapi juga menunjukkan perubahan besar dalam teknologi, industri, budaya, dan sosial yang mempengaruhi cara informasi disampaikan dan diakses oleh audiens. Fenomena ini menunjukkan bahwa batasan antara media tradisional dan digital semakin kabur, yang memungkinkan aliran konten yang lebih fleksibel dan interaktif di berbagai saluran komunikasi.

Konvergensi media mengacu pada situasi di mana beberapa sistem media hidup berdampingan dan di mana konten media mengalir dengan lancar di antara mereka. Sebagian besar media konvensional, termasuk media cetak dan media siaran berbasis elektronik, melakukan berbagai transformasi dengan mengintegrasikan konten mereka ke versi internet untuk meningkatkan persaingan di dunia digital. Bisnis media seperti Kompas, yang awalnya hanya terdiri dari koran cetak, kemudian mengembangkan portal berita online dan saluran televisi sebagai contoh nyata dari fenomena konvergensi media di Indonesia. Ini menunjukkan upaya perusahaan media untuk tetap relevan di dunia digital. Tujuan industri media untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam menanggapi

perkembangan informasi dan komunikasi saat ini dipicu oleh fenomena konvergensi atau integrasi antara media cetak, media online, media televisi, dan media radio.

Data yang dirilis oleh *wearesocial.com*, sebuah situs global yang melakukan riset perilaku pengguna internet dari seluruh dunia. Dari data terbaru yang mereka rilis pada Januari 2024 menunjukkan fakta menarik tentang perilaku media di Indonesia. Dari total populasi Indonesia sebanyak 278,7 juta orang, terdapat 185,3 juta pengguna internet dan 139 juta pengguna media sosial aktif. Data itu menunjukkan 66,48% dari total populasi Indonesia adalah pengguna internet, dan hampir 50% nya aktif sebagai pengguna sosial media.



Gambar 1. 1 Durasi Pengguna Internet per Hari menurut Kelompok Usia Responden 2022

Menurut survei Alvara Research Center, Generasi Z adalah kelompok yang paling banyak menjadi *internet addicted users*, yakni mereka yang menggunakan internet lebih dari 7 jam/hari. Survei ini dilakukan terhadap 1.529 responden dari Generasi X, Z, dan milenial di Indonesia menggunakan metode *multistage random sampling* pada 20-31 Maret 2022. Hasil ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki ketergantungan tinggi terhadap internet, yang bisa dikaitkan dengan gaya hidup digital mereka, akses mudah terhadap teknologi, serta dominasi media sosial dan konten berbasis streaming dalam keseharian mereka. Sementara itu, Generasi X cenderung menggunakan internet dengan lebih terbatas, mencerminkan

perbedaan pola konsumsi media antar generasi. Bagi industri media seperti radio, fenomena ini menegaskan pentingnya langkah-langkah digital yang lebih agresif dalam menjangkau Gen Z melalui platform online.

Di era konvergensi media, dapat dikatakan bahwa internet menjadi pusat dari media. Internet yang dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui perangkat seperti ponsel dan komputer, membuka peluang baru bagi media untuk menyebarkan konten secara global. Beberapa detik setelah peristiwa terjadi, masyarakat di seluruh dunia dapat mengetahui berita atau informasinya dari internet. Melalui video streaming, masyarakat bahkan dapat mengaksesnya secara langsung. Dalam hal ini radio juga memainkan peran penting dalam penyediaan informasi. Informasi yang disiarkan melalui radio dianggap memiliki nilai kebenaran tinggi, efektif dalam penyebaran informasi dan menghubungkan publik dengan media. Radio terus memainkan peran penting dalam ekosistem media saat ini karena kemampuan untuk menyediakan konten audio yang dapat dinikmati dengan mudah di berbagai lingkungan. Namun, untuk tetap relevan, radio harus mampu beradaptasi dengan lingkungan media yang semakin kompleks dan terhubung. Sebagai sebuah media, radio memiliki lebih banyak saluran, sehingga memiliki akses yang lebih banyak dan beragam.

Dengan konvergensi media, audiens dan penyiar tidak hanya dapat berkomunikasi melalui SMS atau telepon, tetapi sekarang mereka dapat berkomunikasi langsung melalui media sosial. Selain itu, konvergensi media memungkinkan orang mengakses informasi dan hiburan melalui siaran *web streaming* atau radio digital, dengan menawarkan berbagai konten yang bervariasi, unik, dan menarik.

Radio Prambors adalah jaringan radio swasta anak muda terkemuka di Indonesia yang masih eksis sampai saat ini. Media ini awalnya didirikan pada tahun 1971 oleh kelompok remaja termasuk Tri Tunggal, Prambors Imran Amir, Mursid Rustam, Malik Sjafei, dan Bambang Wahyudi. Mula-mula, Prambors hanya dikenal di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Kebetulan, para pendiri Prambors berasal dari pusat Jakarta, di mana Jalan Mendut, Jalan Borobudur, dan Jalan Prambanan berdekatan. Di kemudian hari, salah satu anggota media Prambors, Bambang

Wahyudi, mendirikan sebuah pemancar radio dengan membuat transmitter sederhana dan semua perangkat pendukungnya di rumahnya. Pada saat itu, mereka menggunakan *turn table* untuk memutar lagu dari piringan hitam (Prambors, 2023).

Berdasarkan data yang peneliti dapat dari pihak Prambors, Prambors memiliki target pendengar kaum muda usia 15-29 tahun dengan menyajikan program yang informatif serta *up-to-date* untuk memenuhi kebutuhan dan minat anak muda, bersama para penyiar yang kompeten dan sesuai dengan sasaran pendengarnya yang biasa disebut dengan kawula muda. Kini Prambors mengudara di 9 kota besar yang ada di Indonesia, diantaranya kota Jakarta (102,2 FM), Solo (99,2 FM), Makassar (105,1 FM), Bandung (98,4 FM), Semarang (102,0 FM), Manado (103,6 FM), Yogyakarta (96,8 FM), Surabaya (89,3 FM), dan Medan (97,5 FM). Dengan slogan “Indonesia No.1 Hit Music Station” Prambors menyajikan musik-musik yang hits yang terdiri dari musik internasional dan musik lokal yang sesuai dengan selera kawula muda (Prambors, 2024).

Survei terbaru dari GoodStats yang dilakukan pada 5-16 Oktober 2024 secara online dengan responden yang berusia dibawah 18 tahun sampai dengan usia 25 tahun, hasil responden menyatakan bahwa Prambors masih menjadi radio favorit di kalangan anak muda dan berada di posisi kedua setelah RRI. Ditengah tantangan era konvergensi media, di mana kebiasaan mendengarkan radio mulai bergeser ke platform *streaming* dan *on-demand*, pencapaian ini menunjukkan bahwa Prambors sebagai radio anak muda masih memiliki daya tarik bagi Gen Z. Namun, untuk tetap relevan dan mempertahankan pendengar muda, Prambors perlu terus berupaya dan beradaptasi dengan tren media yang berkembang.

Kemajuan teknologi saat ini membawa perubahan besar dalam lanskap media, termasuk radio yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan popularitasnya. Meskipun telah berupaya beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi, daya tarik radio tidak lagi sekuat sebelumnya. Pola konsumsi media masyarakat menunjukkan bahwa media digital semakin mendominasi, dengan penggunaan media sosial, layanan streaming musik, dan podcast yang semakin meningkat.

Berdasarkan data *wearesocial.com* yang merilis statistik tahun 2023 terkait penggunaan media, waktu yang dihabiskan, serta konten apa saja yang paling sering dikonsumsi pengguna di Indonesia, mayoritas masyarakat aktif menggunakan media sosial dan mengakses internet melalui perangkat seluler. Selain itu, layanan streaming musik dan podcast juga menjadi pilihan utama bagi banyak orang dalam menikmati konten audio. Sementara itu, televisi masih memiliki jumlah penonton yang cukup tinggi, diikuti oleh penggunaan perangkat komputer untuk mengakses internet serta konsumsi media online lainnya. Dalam konteks ini, jumlah pendengar radio masih ada, tetapi persentasenya lebih rendah dibandingkan dengan media lain yang lebih fleksibel dan berbasis internet. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi audiens yang lebih mengarah pada konten *on-demand* dan interaktif, sehingga radio perlu terus berinovasi agar tetap relevan di tengah perubahan yang terjadi.



Gambar 1. 2 Data Proporsi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita Mei-Juli 2023)

Sumber : databoks.katadata.co.id

Dalam sebuah survei yang digelar pada 29 Mei-9 Juli 2023, melibatkan 602 responden gen Z yang tersebar di 10 kota dan aglomerasi di Indonesia yaitu Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Palembang, Medan, Balikpapan, dan Makassar. Lebih banyak gen Z Tanah Air yang

memanfaatkan media sosial sebagai sumber utama dalam mencari berita. Ini selaras dengan temuan IDN Research Institute bersama Advisia dalam laporan *Indonesia Gen Z Report 2024*. Proporsi responden yang menjadikan media sosial sebagai acuan utama saat mencari informasi mencapai 73%. Kemudian ada juga 19% responden gen Z yang mencari berita melalui media digital. Sementara, sumber berita konvensional seperti majalah dan koran serta televisi mulai ditinggalkan, proporsinya berturut-turut hanya 7% dan 1%. Bahkan dalam survei ini sama sekali tidak ada responden gen Z yang mencari informasi melalui radio.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa media konvensional seperti radio menghadapi tantangan besar, terutama dalam menarik perhatian Gen Z. Hasil survei menunjukkan bahwa kebiasaan konsumsi media telah berubah secara signifikan, dengan banyaknya responden yang lebih memilih media sosial sebagai sumber utama berita dan tidak ada responden yang menggunakan radio untuk mencari informasi. Untuk itu radio sebagai media konvensional, harus beradaptasi dan menunjukkan ketahanan di tengah disrupsi digital, karena perubahan ini menunjukkan bahwa radio harus memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menjangkau audiens yang semakin terhubung secara online. Agar radio dapat bertahan dan tetap relevan di tengah perkembangan media baru yang lebih luas tentunya harus beradaptasi dengan teknologi yang ada.

Dengan munculnya internet dan teknologi mobile dalam beberapa dekade terakhir, banyak platform baru yang menyediakan hiburan salah satunya pada audio seperti layanan streaming music (seperti Spotify dan Apple Music), podcast, dan radio digital. Ini berdampak langsung pada industri radio konvensional, yang selama ini telah menjadi salah satu sarana penting untuk menyebarkan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Di tengah persaingan yang semakin kompetitif, banyak stasiun radio konvensional menghadapi kesulitan untuk menarik pendengar baru. Pola konsumsi media telah berubah sebagai akibat dari perkembangan platform digital yang dapat memberikan fleksibilitas dan kemampuan untuk menyesuaikan konten dengan preferensi pendengar. Pendengar sekarang lebih senang memiliki kebebasan untuk memilih konten yang mereka sukai kapan saja

dan dimana saja mereka mau berbeda dengan format siaran radio konvensional yang cenderung memiliki jadwal program tetap. Dalam konteks ini, stasiun radio yang tidak mampu beradaptasi dengan preferensi baru pendengar berpotensi kehilangan audiens, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Saat ini, Prambors menghadapi tantangan besar di era konvergensi media, di mana pilihan hiburan semakin beragam dengan hadirnya platform digital seperti streaming musik, podcast, dan media sosial. Meskipun masih menjadi salah satu radio favorit di kalangan anak muda, Prambors perlu terus berinovasi agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar Gen Z yang memiliki kebiasaan konsumsi media yang berbeda dari generasi sebelumnya. Perubahan lanskap media ini membuat penting untuk meneliti bagaimana Prambors beradaptasi dan berusaha meningkatkan minat pendengarnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas upaya yang diterapkan Prambors di tengah persaingan dengan media lain, seperti televisi, internet, dan layanan audio *on-demand*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan berbagai upaya yang dilakukan Prambors untuk tetap menjadi pilihan utama bagi generasi muda di era konvergensi media saat ini. Karena itu, penulis tertarik meneliti "Upaya Radio Prambors dalam Meningkatkan Minat Pendengar Gen Z di Era Konvergensi Media".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti merumuskan permasalahan yang menjadi bahan pembahasan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Upaya Radio Prambors dalam Meningkatkan Minat Pendengar Gen Z di Era Konvergensi Media? "

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Upaya Radio Prambors dalam Meningkatkan Minat Pendengar Gen Z di Era Konvergensi Media

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, karena nilai sebuah penulisan dapat ditentukan oleh besarnya manfaat yang dapat diambil dari penulisan tersebut. Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan, terutama pada ruang lingkup Jurnalistik.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang akademik terutama pada ruang lingkup Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi referensi untuk pembelajaran dan penelitian lainnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup gambaran umum mengenai isu yang menjadi fokus penelitian, meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bagian ini, akan diuraikan konteks masalah, pernyataan masalah, tujuan penelitian, dampak positif yang diharapkan dari hasil penelitian, serta pengaturan struktur penulisan secara rinci.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup teori penelitian, konsep, dan pendekatan lain yang terkait dengan penelitian. Melibatkan tinjauan literatur yang mencakup penelitian terdahulu yang relevan, pemahaman konsep dari studi kepustakaan, kerangka pemikiran, dan teori-teori pendukung lainnya. Dalam konteks ini, akan disajikan landasan teoritis yang mendukung serta merinci konsep-konsep yang mendasari penelitian, dengan merujuk pada literatur terkait sebagai dasar untuk mengarahkan dan membentuk landasan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas metode penelitian dan elemen-elemen terkait yang melibatkan pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian. Dalam bagian ini, akan dijelaskan secara rinci mengenai metode yang digunakan, termasuk pendekatan penelitian yang diterapkan, penentuan partisipan penelitian, teknik pengumpulan data yang dipilih, prosedur pengolahan dan analisis data, serta spesifikasi terkait lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini mengandung hasil penelitian yang relevan dengan perumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab I.

BAB V PENUTUP

Bab V adalah bab terakhir atau penutup dari mini riset ini, di dalam bab ini akan terdapat kesimpulan dan saran.

