

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UPT Radio Teman 95,3 FM merupakan stasiun radio milik Pemerintah Kabupaten Bogor yang berada di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Bogor. Nama Radio “Teman” sendiri merupakan singkatan dari Tegar Beriman. Stasiun radio ini berstatus sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor, yang berfungsi sebagai lembaga penyiaran publik milik pemerintah daerah. Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 1 Tahun 2023, Pasal 3, Unit Pelaksana Teknis (UPT) adalah organisasi yang bersifat mandiri yang melaksanakan tugas teknis operasional dan tugas teknis penunjang tertentu dari organisasi induk. dalam penulisan penelitian ini menggunakan istilah UPT.

UPT Radio Teman 95.3 FM merupakan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL), yaitu lembaga penyiaran yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah dengan orientasi utama pada pelayanan publik., Radio Teman tidak berfokus pada kepentingan komersial, melainkan menjalankan fungsi penyiaran yang menekankan penyampaian informasi, edukasi, serta fasilitasi komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat. Karakteristik tersebut membedakan Radio Teman dari stasiun radio swasta yang cenderung berorientasi pada keuntungan dan segmentasi pasar tertentu. Perbedaan ini juga terletak pada komunikasi yang diterapkan, termasuk dalam pengelolaan konten media sosial. Oleh karena itu, pengelolaan konten Instagram oleh Radio Teman menjadi relevan untuk diteliti, khususnya dalam melihat bagaimana lembaga penyiaran publik lokal mengemas dan menyebarkan konten program talk show di ruang digital.

Radio Teman selain memiliki peran yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga hiburan kepada Masyarakat khususnya di Kabupaten Bogor. Radio Teman juga mempunyai sekitar dua puluh satu program siaran

dengan sembilan program talkshow yang dibagi dalam waktu tertentu dengan menyajikan beragam siaran mulai dari musik, berita terkini, hingga program edukasi. Seluruh program tersebut dikembangkan untuk menghadirkan hiburan dan informasi yang relevan bagi masyarakat, sekaligus memperkuat hubungan antara pemerintah daerah dengan warganya.



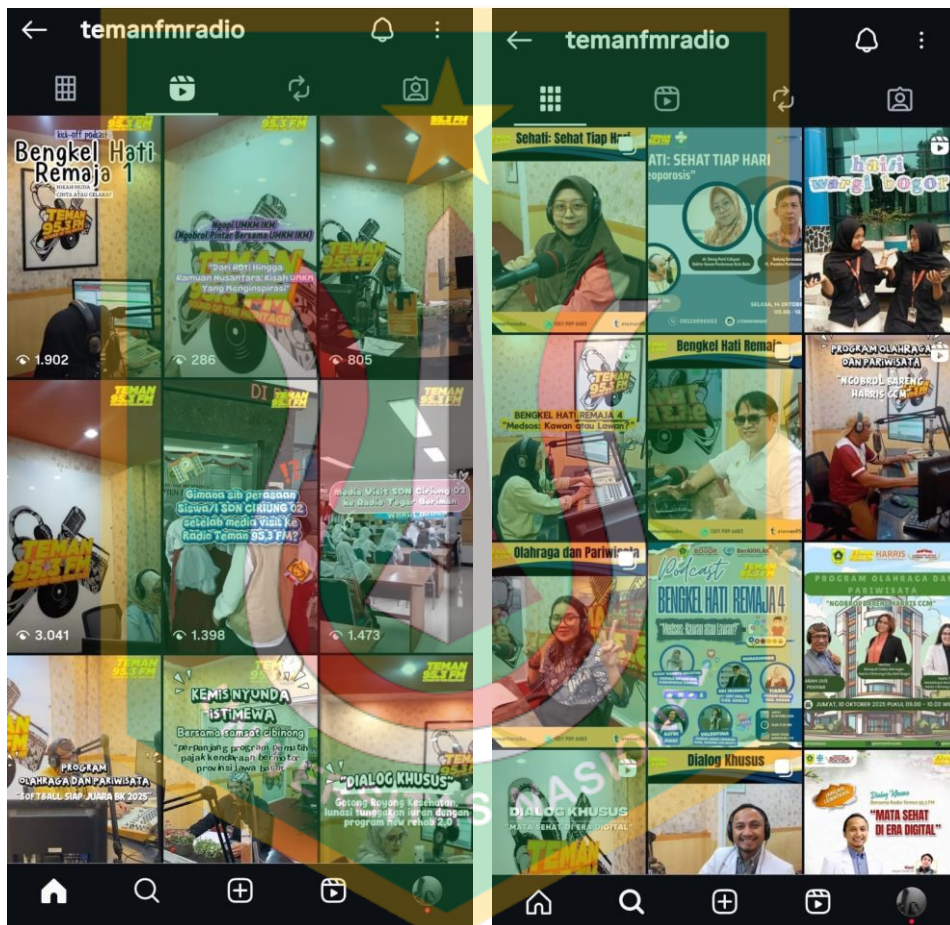
**Gambar 1. 1 Profil Instagram UPT Radio Teman**

Sumber: Instagram @temanfmradio

Seiring dengan berkembangnya era digital dan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat, UPT Radio Teman tidak hanya mengandalkan siaran radio saja tetapi juga berupaya memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai media publikasi untuk memperkenalkan program siarannya kepada khalayak yang lebih luas. Akun Instagram @temanfmradio dibuat pada Maret 2021 dan saat ini memiliki sekitar 1.715 pengikut dengan total 1.642 unggahan.

Dari berbagai jenis program siaran yang terdapat di UPT Radio Teman, program siaran talkshow menjadi salah satu konten yang paling sering dipublikasikan oleh UPT Radio Teman melalui media sosial. UPT radio teman sendiri mempunyai beberapa program talkshow antara lain program talkshow SEHATI (Sehat Setiap Hari) yang membahas mengenai masalah isu-isu kesehatan, Program Olahraga dan Pariwisata yang membahas berbagai topik terkait dengan info olahraga serta seputar pariwisata yang ada di Kabupaten

Bogor dan sekitarnya, selain itu ada juga program Sora Hate yang membahas mengenai kesejahteraan jiwa dan kesehatan mental, dan masih banyak lagi program siaran talkshow lainnya, dimana konten tersebut dikemas dalam bentuk audio visual berupa dokumentasi foto dan video. Hal tersebut menunjukkan bahwa program talkshow menjadi salah satu fokus utama Radio Teman dalam membangun hubungan dengan audiens.



**Gambar 1. 2 Tampilan Reels dan Feed Instagram UPT Radio Teman**

Sumber: Instagram @temanfmradio

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa aktivitas unggahan di akun Instagram @temanfmradio, sebagian besar konten yang dibagikan berfokus pada informasi seputar program siaran serta info yang terkait dengan wilayah Kabupaten Bogor. Konten-konten yang diunggah pada Instagram radio teman

umumnya pun berupa feeds dan reels terkait dengan kegiatan program siaran yang dikemas kedalam konten digital yang menarik dan informatif.



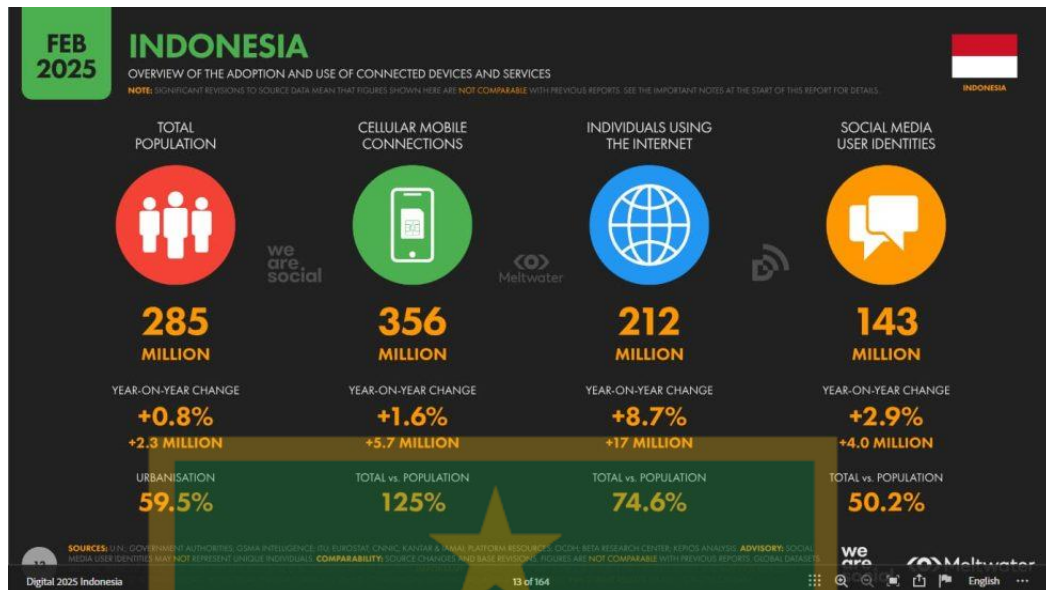
Berdasarkan data gambar 1.3 konten favorit radio yang dirilis oleh goodstats (2024) hal tersebut sejalan dengan konten Radio Teman, Dimana data tersebut menunjukkan bahwa konten favorit di radio adalah konten program siaran talkshow yang dimana menempati urutan ke-tiga sebagai konten favorit di radio yang disukai oleh para pendengar di Indonesia. Hal ini juga menunjukkan jika konten talkshow masih relevan dan diminati, termasuk juga pada unggahan akun @temanfmradio yang sering membagikan konten dari program siaran talkshow mereka.

Meskipun saat ini radio memanfaatkan berbagai platform digital, radio tetap merupakan lembaga penyiaran yang bersifat korporatif dan tunduk pada regulasi penyiaran. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, lembaga penyiaran didefinisikan sebagai badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran dan memiliki tanggung jawab sosial kepada publik. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa aktivitas penyiaran radio tidak dapat dilepaskan dari aspek kelembagaan, etika, dan regulasi, termasuk dalam proses produksi dan distribusi konten.

Dalam konteks radio pemerintah daerah, aspek regulasi menjadi semakin penting karena radio tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi kebijakan publik dan pelayanan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh radio pemerintah daerah perlu dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi yang tetap berada dalam kerangka kelembagaan dan regulasi penyiaran.

Seiring dengan perkembangan media massa saat ini, masyarakat kini lebih mudah memilih media mana yang mereka sukai. Salah satu media massa konvensional yang masih bertahan di era digital saat ini adalah radio. Namun media ini mulai terdesak oleh kemunculan media digital baru yang dapat diakses melalui internet, media sosial atau aplikasi seperti Instagram, YouTube, Spotify dan berbagai media platform lainnya.

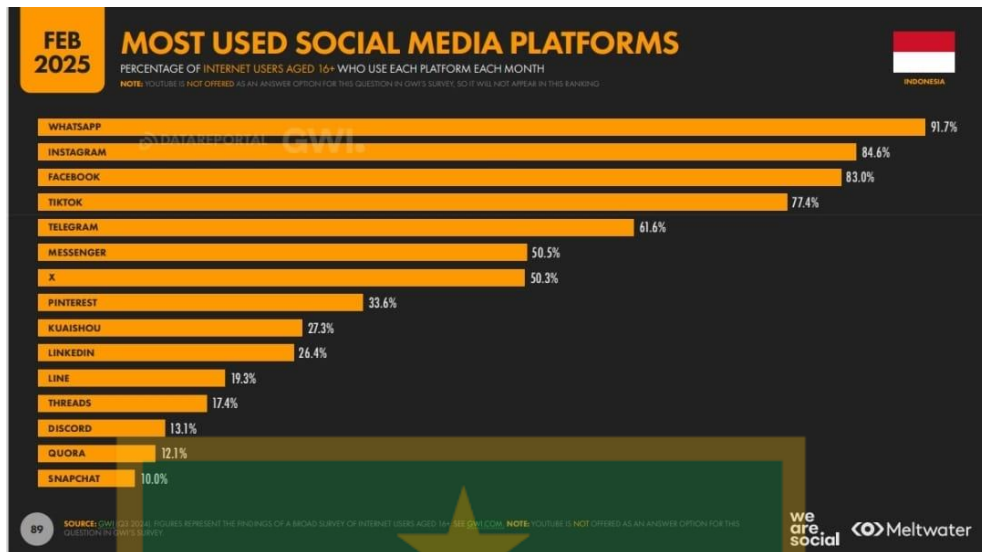
Berdasarkan data dari survey sosial ekonomi nasional (SUSENAS) 2024 yang dilakukan oleh badan pusat statistic, sekitar 8,6% dari total populasi penduduk Indonesia merupakan pendengar radio, atau sekitar 25 juta orang. Namun, jumlah ini mengalami penurunan yang konsisten seiring dengan berjalannya waktu. Situasi ini yang memaksa industri radio untuk dapat berinovasi dan bertransformasi agar tetap relevan, termasuk cara mereka dalam mengelola konten-konten mereka melalui platform media sosial seperti instagram.



**Gambar 1. 4 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia**

Sumber: Datareportal (2025)

Saat ini radio berupaya memperluas jangkauan audiens melalui media sosial. Berdasarkan laporan dari gambar diatas jumlah pengguna media sosial di Indonesia di awal tahun 2025 terdapat sebanyak 143 juta, ini setara dengan 50,2% dari total populasi Indonesia. Media sosial juga dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari menjalin pertemanan, mengkampanyekan program-program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dll.), hingga mempromosikan dan memasarkan produk atau layanan tertentu serta mengumumkan kegiatan. Melalui media sosial, siapa pun dapat membuat, mengedit, dan mempublikasikan konten berita, promosi, artikel, foto, dan video mereka sendiri. Selain lebih fleksibel dan luas jangkauannya, media sosial juga lebih efektif dan efisien, cepat, interaktif, dan beragam. Oleh karena itu, dalam hal ini, bagaimana cara memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, atau platform media sosial lainnya sebagai sarana publikasi.



**Gambar 1. 5 Data Pengguna Media Sosial Instagram**

Sumber: *We Are Social*

Dari hasil laporan *we are social* per- Februari 2025 tingkat penggunaan media sosial Instagram mencapai 84,6% dari total pengguna internet berusia diatas 16 tahun. Bisa disimpulkan jika platform media sosial Instagram menjadi platform media sosial dengan menempati posisi ke dua yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan jumlah yang cukup tinggi. Data tersebut menunjuka jika Instagram menjadi salah satu platform paling populer dan efektif untuk kegiatan publikasi baik secara audio, visual maupun audio-visual. Hal ini juga yang menjadikan Instagram sebagai media yang potensial untuk berbagai kalangan, seperti instansi Lembaga penyiaran pemerintah yaitu UPT Radio Teman dalam menyebarluaskan dan memperkenalkan radio serta program siaran yang mereka miliki. Selain itu bisa juga menjadi wadah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya di kalangan generasi muda yang saat ini sangat aktif emngguanakn media sosial.

Untuk memahami secara mendalam mengenai pengelolaan konten yang diterapkan oleh UPT Radio Teman melalui media sosial Instagram, penelitian ini menggunakan teori *the circular model of some* yang terdiri dari *Share, Optimize, Manage, Engage* oleh Regina Luttler. Teori ini dapat menjekaskan bagaimana sebuah organisasi, seperti UPT Radio Teman, dapat mengelola media sosial secara efektif melalui empat tahapan utama yaitu, Share untuk

membagikan konten untuk menyebarkan pesan, Optimize untuk mengoptimalkan elemen konten agar lebih relevan dan efisien, Manage untuk mengelola operasional sehari-hari untuk menjamin kelancaran, dan Engage, melibatkan pengguna secara aktif untuk menciptakan suatu interaksi antara radio dengan audiens. Berdasarkan latar belakang diatas maka judul pada penelitian yaitu “analsis penerapan *the circular model of some* UPT Radio Teman dalam pengelolaan konten program siaran talkshow melalui media sosial Instagram @temanfmradio”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, bagaimana penerapan *the circular model of some* UPT Radio Teman dalam pengelolaan konten program siaran talkshow melalui media sosial Instagram @temanfmradio?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menganalisis penerapan *the circular model of some* UPT Radio Teman dalam pengelolaan konten program siaran talkshow melalui media sosial Instagram @temanfmradio

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi media dan penyiaran. Penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai strategi pengelolaan konten media sosial pada lembaga penyiaran publik lokal (LPPL), khususnya dalam pemanfaatan Instagram sebagai media pendukung program siaran. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademis terkait penerapan Circular Model of SOME dalam konteks lembaga penyiaran publik, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji pengelolaan konten digital pada media penyiaran non-komersial.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan bagi UPT Radio Teman 95.3 FM dalam mengelola konten Instagram, khususnya konten program talkshow. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi terkait jenis konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi lembaga (seperti penggunaan feed atau reels), pola penjadwalan, serta strategi membangun keterlibatan audiens melalui fitur interaktif seperti QnA, polling, siaran langsung, maupun kolaborasi dengan narasumber. Dengan demikian, pengelolaan konten media sosial Radio Teman dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan selaras dengan karakter lembaga penyiaran publik.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan susunan ataupun struktur dalam menyusun karya tulis baik ilmiah ataupun non ilmiah secara rinci agar mudah dipahami. Sistematika ini membantu penulis menyampaikan idenya secara teratur dan memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian tentang analisis penerapan *the circular model of SOME* upt tradio teman dalam pengelolaan konten program siaran talkshow melalui media sosial Instagram @temanfmradio. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN:**

Dalam bab ini berisi uraian latar belakang penelitian yang menjelaskan terkait dengan media sosial Instagram oleh UPT Radio Teman sebagai sarana pengelolaan konten program talkshow dengan analisis teori *the circular model some*, bab ini juga menguraikan umusan Masalah, Tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA :**

Dalam bab ini terdapat pembahasan penelitian terdahulu *research gap* dan *novelty*, penulis juga membahas teori yaitu teori *The Circular Model of Some*, selain itu, terdapat landasan konsep yang berhubungan dengan penelitian ini dan di akhir, disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan alur berpikir peneliti dalam menghubungkan teori dengan fokus penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN :**

Dalam bab ini menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, dan jenis penelitian, selain itu teknik teknik yang digunakan dalam penelitian ini seperti pengumpulan data, informan, analisis data dan keabsahan data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil penelitian tentang penerapan *the circular model of SOME* dalam pengelolaan konten siaran talkshow melalui Instagram @temanfmradio. Hasil penelitian diperoleh melalui proses pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, data yang diperoleh dianalisis dan dibahas dengan mengaitkan temuan penelitian dengan *the circular model of SOME*, yang meliputi tahap-tahap *share, optimize, manage, dan engage*. Pembahasan dalam bab ini berfokus pada menjawab pertanyaan penelitian dan menjelaskan bagaimana setiap tahap teori diterapkan dalam praktik pengelolaan konten oleh UPT Radio Teman.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan didasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan dalam bab sebelumnya, khususnya terkait penerapan *the circular model of SOME* dalam pengelolaan konten program siaran talkshow melalui media sosial Instagram @temanfmradio. Sementara itu, saran ditujukan untuk Radio Teman sebagai bahan evaluasi dan pengembangan pengelolaan konten media sosial di masa depan, serta bagi peneliti masa depan yang ingin meneliti topik serupa dari perspektif atau pendekatan yang berbebeda