BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya.

Kajian-kajian berbagai aspek tentang perkembangan teknologi telematika menjadi sangat penting terutama yang behubungan dengan perkembangan media baru (*Media digital)*, karena tidak saja menyangkut basis-basis ekonomi yang perlu disiapkan, akan tetapi yang terpenting adalah bagaimana konstruksi sosial media massa memberi kontribusi terhadap kehidupan manusia secara keseluruhan.[1] Peran sosiologi komunikasi memberi kontribusi kepada studi-studi lain, seperti kebijakan publik, *public service*,

[1] M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 375

sosiologi, komunikasi publik, komunikasi sosial, dan berbagai kajian tentang pembangunan.

Konsep-konsep lain seperti perkembangan telematika yang terus diamati agar dapat memberi pencerahan kepada masyarakat baik sebagai bagian dari sejarah maupun bagian dari kontrol sosial, menjadi kajian-kajian yang sangat menarik dikaji terus-menerus. Efek media massa, seperti dampak media massa terhadap sikap, perilaku, sistem sosial dan sistem budaya dan lingkungan yang lebih luas serta lingkungan global, menjadi sangat penting dikaji dan dibahas sebagai kajian-kajian penting dalam studi-studi sosiologi, komunikasi, kajian budaya maupun studi-studi sosiologi lainnya.

Berbicara soal produk-produk di media, tentu kita harus membahas sejarah media. Karena media selalu berubah dari masa ke masa. Elegi Gutenberg menemukan mesin cetak pada tahun 1450, lalu muncul sejumlah surat kabar. Teknologi mesin cetak dan era media cetak bertahan cukup lama yaitu sekitar empat abad, baru kemudian radio telegraf ditemukan oelh Markis Guglielmo Marconi dan ia mendirikan perusahaan telegraf tanpa kawat pada tahun 1897. Masyarakat secara terbatas mulai mengenal teknologi informasi jarak jauh, kemudian telegraf dikembangkan oleh Alexander Graham Bell menjadi telepon yang secara tak langsung melahirkan era telekomunikasi dengan teknologi super cepat.

Teknologi radio ternyata tak mampu bertahan lama sebagai mana teknologi cetak karena Farnsworth pada tahun 1927 menemukan televisi, maka dunia pencitraan materi mulai disempurnakan menjadi benar-benar sempurna. Namun penemuan itu pun tidak bertahan lama karena akhirnya teknologi digital telepon dapat digabung dengan televisi sehingga lahir komputer yang berkembang amat sangat cepat. [2] Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungannya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet.

Hingga hari ini internet menjadi salah satu media massa yang paling terdepan. Dengan waktu hanya persekian detik saja kita dapat mengetahui informasi yang ada dibelahan bumi lain. Munculnya *messenger* seperti *Whatsapp, Line, Skype,* dll membuat setiap orang yang mempunyai telepon pintar dan jaringan internet dapat bertegur sapa secara langsung melalui telepon pintar mereka. Media sosial melalui jaringan internet juga tidak kalah cepat, *Instagram, Facebook, Twitter,* dll dapat mengirim gambar atau video yang saat itu juga bisa dilihat secara langsung oleh orang-orang dibelahan dunia manapun.

[2] M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 113

Melihat media dan masyarakat, tentu media massa memiliki manfaat serta fungsi bagi masyarakat. Manfaat-manfaat tersebut antara lain sebagai pemberian informasi tentang suatu fenomena yang terjadi di lain tempat, sebagai proses komunikasi, dan tentu juga edukasi. Begitupula dengan fungsi media massa, sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa. Fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi manifest atau fungsi nyata dan fungsi laten atau fungsi yang tersembunyi. Seperti jika kita melihat pemberitaan tentang bahaya rumah yang ditinggal ketika hari raya lebaran atau pemberitaan tentang bahaya longsor terhadap pemukiman yang ada di dekat kaki gunung, satu sisi berita-berita tersebut bisa menjadi edukasi bagi mereka yang membaca, mendengar atau melihat berita tersebut, namun disatu sisi berita tersebut menjadi hal yang menakutkan bagi yang membaca, mendengar dan melihat berita tersebut.

Persaingan media adalah suatu proses dimana satu media berusaha mengalahkan media lain tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan. Tujuan dari persaingan media adalah agar media tersebut bisa lebih banyak dikonsumsi masyarakat dan tetap eksis. Namun kenyataannya pada hari ini, setiap media memiliki pemberitaan yang sama. Dalam konteks sosio-kultural (termasuk ekonomi dan politik), motif dan latar belakang pendirian stastiun televisi di Indonesia sejak awal cenderung bersifat politis. Hal ini memang semakin memperkuat premis-premis yang menyatakan bahwa keberadaan

media (termasuk televisi) lebih banyak berfungsi sebagai alat politik rezim yang berkuasa. Pada kenyataannya, rezim yang berkuasa tetap melakukan berbagai bentuk pengontrolan, baik dalam hal pemberian izin, kepemilikan, organisasi profesi, dan lain-lain. Pertumbuhan industri televisi yang berada dibawah kendali sistem kapitalisme semu sejak pemerintahan Orde Baru tersebut langsung maupun tidak langsung telah melahirkan berbagai kontradiksi yang membentuk struktur dan dinamika tersendiri. [3] Persaingan media hari ini pun cenderung bukan kearah konten yang disajikan, melainkan pelayanan, aktor-aktor yang ada di dalam, cara penyampaian berita dan sebagainya. Hal ini menjadi faktor mendasar karena media hari ini menyajikan apa yang diminati oleh pasar bukan berdasarkan apa yang ingin mereka sajikan.

Komunikasi massa diartikan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa. Alasan penggunan media karena penyebaran pesan kepada masyarakat luas yang bersifat anonim dan heterogen. Komunikasi massa sebenernya merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara profesional menggunakan media sebagai medium komunikasi dalam menyebarluaskan pengalamannya untuk mempengaruhi khalayak.

[3] Ishadi SK, *Media&Kekuasaan Televisi Di Hari-Hari Terakhir Presiden Soeharto* (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2014) hlm, 249.

Ada tiga masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa. Perama, setiapa kali menghidupan televisi, mendengarkan siaran radio, maupun membaca surat, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik. Kedua, komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap khalayak secara individual. Ketiga, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain.

Radio sendiri merupakan sebuah bentuk komunikasi massa yang menggunakan gelombang siaran untuk mengirimkan pesannya pada khalayak. Namun komunikasi massa merujuk pada keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan, yang mampu menyampaikan pesan-pesan tersebut nyari secara serentak. Kemampuan untuk menjangkau ribuan atau bahkan jutaan orang merupakan ciri dari komunikasi massa.

Lent dalam Jahi mengatakan, radio sebagai media modern yang banyak dimiliki oleh warga masyarakat negara-negara berkembang ternyata merupakan media yang paling sering menyiarkan kesenian rakyat keseluruh penjuru negeri.[4] Dukungan media massa diperlukan oleh karena media massa dapat menumbuhkan suasana yang kondusif terhadap pembangunan.

[4] Deddy Satria. Tesis: "*Perkembangan Radio Komunitas Di Daerah Bencana Sebagai Media Tanggap Darurat"* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2009), hal. 12

Radio sendiri sebagai media komunikasi massa mempunyai beberapa fungsi yang esensial, yaitu:

a. Melayani suatu informasi atu fungsi pengawasan
b. Melayani suatu *agenda-setting* dan fungsi interpretasi
c. Membantu kita untuk membuat kreasi dan mempertahankan hubungan dengan berbagai kelompok dalam masyarakat
d. Membantu proses sosialisasi dan pendidikan kita
e. Membujuk kita untuk memperoleh atau mendapatkan item-item khusus atau menerima ide-ide khusus
f. Dan sebagai penghibur

Radio juga merupakan medium elektronik utama milik masyarakat tak mampu karena radio melampaui batas-batas keterasingan wilayah dan dapat diakses oleh mereka yang buta huruf serta merupakan media yang paling terjangkau untuk disiarkan dan diterima.

Namun melihat banyaknya media baru yang bemunculan secara perlahan membuat radio mulai ditinggalkan. Menurut survei yang dilakukan oleh Nielsen Radio Audience Measurement, minat masyarakat pada radio berada di peringkat terendah yaitu 38%, namun 57% dari total pendengar radio berasal dari generasi Z atau generasi millenials atau para konsumen

masa depan. Adanya media sosial dan internet atau televisi membuat radio terlihat seperti barang kuno yang usang. Akan tetapi ketika radio mulai ditinggalkan, masih banyak radio baru yang bermunculan, salah satunya ialah *Pemuda FM*.

Pemuda FM merupakan radio online yang terbentuk 27 Oktober 2012. Sebuah media penyiaran yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai sejarah, budaya serta isu lainnya yang berkaitan dengan Indonesia dan Anak Muda. Adapun materi yang disampaikan sangat berimbang dan menggunakan metode transformasi informasi yang mudah dipahami oleh target pendengar yaitu anak muda. ***Radionya Anak Muda*** adalah bentuk kampanye dari radio ini. Untuk Indonesia Karena Indonesia, merupakan *tagline* dari radio ini. Selain sebagai media penyiaran, radio yang dikelola secara kolektif oleh para anak muda ini juga aktif dalam menyikapi sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan anak muda Indonesia, dalam bentuk kegiatan *offline*. Radio ini memiliki target pasar pada anak muda usia 15-30 tahun yang memiliki ketertarikan dibidang media penyiaran, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap isu dan tren terbaru, aktif, inovatif dan mempunyai kepekaan social yang tinggi. Atas pertimbangan tersebut, maka tema-tema yang diangkat dalam program *online* ataupun *offline* radio Pemuda FM yaitu banyak membahas mengenai aktifitas atau isu yang berkembang dikalangan anak muda dan Indonesia.

1.2 Permasalahan Penelitian

Munculnya radio-radio baru akhir-akhir ini tentu membentuk persaingan antar radio-radio tersebut. Selain persaingan antar radio, tentu radio yang mulai usang dan kurang diminati harus mampu bersaing dengan media-media baru yang bemunculan di era *media digital*. Pernyataan ini menurunkan dua permasalahan penelitian:

1. Apa bentuk persaingan yang terjadi pada radio di era *media digital*?
2. Bagaimana strategi bertahan yang dilakukan oleh Radio Pemuda FM di tengah persaingan industri media digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian Strategi Bertahan Radio Di Era Media digital (Studi Kasus Radio Pemuda FM), yaitu:

1. Untuk menjelaskan bentuk persaingan radio dengan media internet di era *media digital*
2. Untuk menjelaskan strategi bertahan yang digunakan radio Pemuda FM dalam menghadapi persaingan industri di era media digital

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian Strategi Bertahan Radio Di Era Media digital (Studi Kasus Radio Pemuda FM) dapat memberikan konstribusi secara teoritis dan praktis. Secara lebih spesifik manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada seluruh pembaca terutama civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Program Studi Sosiologi mengenai bagaimana radio dalam mempertahankan eksistensinya di era media digital. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam keilmuan Sosiologi terhadap strategi bertahan yang dilakukan radio di era media baru.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman untuk penliti dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki selama masa perkuliahan ke dalam suatu karya tulisan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi kepada peneliti sejenis mengenai strategi bertahan radio di era media digital. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada para radio-radio baru yang bermunculan dalam proses mempertahankan eksistensinya di era media digital.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Pertama Penelitian ini dilakukan oleh Anjang Priliantini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT, judul penelitian ini *Menilik Dilema Ideologi Radio Swasta Lokal dan Strategi Periklanannya.*

Temuan hasil dari penelitian ini adalah melihat radio swasta dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT dimulai dari kekuatan (strength, S), menurut UU Penyiaran No. 32 tahun 2002, radio swasta lokal memiliki wewenang untuk menyiarkan pesan komersil (iklan). Sedangkan radio lokal pemerintah yang biaya operasionalnya ditopang oleh APBD tidak diperkenankan menyiarkan iklan, kecuali iklan layanan masyarakat.

Kekuatan kedua yang dimiliki oleh radio swasta lokal adalah adanya kedekatan (proximity) dengan pendengar. Kedekatan ini dilihat dari kesamaan budaya, geografis, sosial, dan unsur-unsur lainnya. Dengan adanya kedekatan, radio swasta lokal cenderung mudah diterima oleh pendengarnya. Kelemahan (weakness, W) adalah situasi kurang menguntungkan yang dihadapi oleh radio swasta lokal. Yang pertama, kenyataan bahwa iklan secara dominan hanya berputar di Jakarta, atau disebut dengan istilah Jakarta Centris. Kedua, lemahnya regulasi UU

Penyiaran No. 32 tahun 2002 dengan beberapa pasal yang dinilai multitafsir. Disamping banyaknya kondisi yang menjadi kelemahan, radio swasta lokal memiliki peluang (Opportunities, O) dengan adanya temuan dari Nielsen Radio Audience Measurement kuartal ketiga 2016 yang menyatakan bahwa meski minat masyarakat pada radio berada di peringkat terendah (38%), namun 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Tantangan (threats, T) dari kekuatan, kelemahan, dan peluang yang dimiliki radio swasta lokal adalah harus dimilikinya hasil survei terkait karakteristik, selera, dan kebutuhan pendengar yang tentu tidak dapat digeneralisasi antara daerah satu dengan lainnya.

Dengan hasil survei tersebut, radio swasta lokal dapat memberikan konten dan iklan seperti yang diharapkan pendengarnya. Menurut Anjang untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan adanya strategi periklanan yang efektif bagi radio swasta lokal dengan tetap memperhatikan situasi dan kondisi psikografi, geografi, sosial, ekonomi, dan budayanya. Menurutnya perlu keunikan untuk tetap eksis dalam industri radio lokal. Sebab setiap radio daerah memiliki kebudayaan masing-masing yang dapat menjadi potensi besar dalam mengikat fanatisme pendengarnya dengan mengandalkan kedekatan emosional.

Kedua Penelitian ini dilakukan oleh Naiza Rosalia menggunakan metode penelitian kuantitatif. Judul penelitian ini adalah *Faktor-faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio Di Kota Semarang*. Ia melihat bagaimana stasiun-stasiun radio yang bisa dikatakan baru tapi bisa menjadi salah satu radio dengan pendengar terbanyak. Tujuan dari penlitian ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menjadi daya tarik suatu stasiun radio, agar jika sudah diketahui apa saja faktor yang menjadi daya tarik stasiun radio, pengelola penyiaran radio dapat merancang bentuk program yang disukai dan pada akhirnya dapat mendapatkan rating yang tinggi.

Elemen-elemen yang terdapat pada radio memang bermacam-macam dan mempunyai fungsi pentingnya masing-masing. Salah satu elemen tersebut adalah efek suara, elemen dari siarian radio ini ternyata mempunya dampak yang cukup besar terlihat dari penelitian Fund yang mengatakan bahwa drama radio yang bergenre horor menunjukkan mempunyai efek yang cukup signifikan dalam kehidupan anak kecil kelas *middle*, bahkan terdapat drama radio berjudul *War Of The World*, Hadley Cantril dari Universitas Princeton yang meneliti efek dari drama radio ini dalam kehidupan pendengarnya, dalam drama ini menceritakan tentang mendaratnya UFO di daerah deket Princeton, yang mana pada drama itu sedang mengudara, kira-

kira ada sekitar 6 juta orang yang mendengarkan drama tersebut, dan bahkan 1 jutanya mengaku mempercayai drama tersebut.

Selain efek suara, masih ada lagi beberapa elemen yang ada di dalam siaran radio yang perlu diperhatikan; *programming, feature,* kuis atau *games*, musik, pemancar siaran, penyiar, iklan, berita, efek suara, *endorser*, *proximity*¸ posisi brand, internet dan kegiatan *off air*. Namun setelah dilakukan analisis faktor, Naiza Rosalia sebagai penulis menunjukkan bahwa terdapat empat faktor penting yang menjadi daya tarik:

- **Faktor Program Siaran:** Untuk memiliki keseluruhan program siaran yang dapat dinikmati oleh target segmennya harus termasuk unsur-unsur dalam faktor ini yaitu kualitas pemancar, dimana pendengar dapat mendengerkan isi siaran dengan jelas dan nyaman. Musik atau lagu yang diputarkan pun harus disukai oleh pendengar yang mana dalam bagian ini peran *Music Director* dibutuhkan untuk melihat lagu apa saja yang sedang banyak diputarkan di televisi.
- **Faktor Materi Siaran:** Di dalam faktor ini mempunyai peran terpenting adalah penyiar. Sebagai contoh jika radio tersebut baru maka penyiar akan terus menerus melakukan promosi agar target pendengarnya dapat mendengarkan siarannya, namun jika radio tersebut baru hal ini juga dapat dijadikan materi siaran atau konten,

dengan promosi yang dilakukan penyiar agar pendengar radio tersebut terus mengingat brand radio tersebut.

- **Faktor *Audio Environment***: Atmosfer saat mengudara atau *on air* harus dikondisikan dengan indah, karena bisnis siaran radio adalah "bisnis telinga" makan segala sesuatu yang berhubungan audio juga harus indah, keberadaan efek suara dan *feature* lah yang akan memperindah radio saat mengudara.
- **Faktor *Brand Activation:*** Difaktor yang terakhir ini cukup unik karena didalamnya, yaitu Radio streaming, off air dan endorser dapat dikatakan tidak bersinggungan secara langsung dengan on air, oleh karena itu disebut sebagai *brand avtivation.*

Ketiga Penelitian ini dilakukan oleh Ade Rendy Chrisari dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Judul penelitian ini adalah *Eksistensi Radio Swasta Di Jember – Jawa Timur Pada Era Digital*. Ia melihat bahwa pendengar adalah target utama dalam menjaga eksistensi radio. Dalam memelihara pendengar radio, hal yang paling utama yang harus dilakukan stasiun radio adalah dengan memperhatikan konten dan kemasan acara serta kepiawaian penyiar dalam membawakan sebuah acara. Radio harus berusaha menyajikan program acara yang dapat menarik minat pendengar untuk mendengar siaran acara tertentu.

Terjadinya penurunan terhadap jumlah pendengar radio disebabkan oleh adanya televisi yang menjadi pilihan alterntif masyakarat untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Televisi mempunyai keunggulan bisa mengeluarkan audio dan visual. Selain televisi perkembangan internet yang pesat juga mengurangi minat masyarakat untuk mendengarkan radio, karena internet mempunyai keunggulan dalam menyuguhkan informasi yang masyarakat inginkan dengan lebih fleksibel.

Jurnal ini menggunakan tehnik penelitian kualitatif. Menurut Denzim dan Lincoln penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar sebuah populasi.

Di era digital modern, radio masih mendapatkan tempat di tengah masyarakat. Karena radio merupakan media “sambil lalu”, dimana para pendengar mendapatkan konten acara yang disiarkan tidak harus berdiam diri di hadapan pesawat radio, melainkan para pendengar juga dapat beraktivitas sambil menikmati siaran radio.

Untuk mempertahankan eksistensinya, terlepas dari masalah teknis seperti jangkauan frekuensi dan usia stasiun radio tersebut. Aset yang paling utama bagi radio adalah para pendengarnya. Pendengar bagi suatu radio merupakan tolak ukur eksistensi radio dan juga merupakan hal utama yang dapat ditawarkan kepada klien – kliennya dalam menawarkan kerjasama iklan radio.

Di era digital, media radio masih menjadi media hiburan yang banyak diminati oleh masyarakat. Dalam mempertahankan eksistensinya, sebuah stasiun radio harus mampu membuat konten acara yang dikemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian para pendengarnya, karena radio adalah aset utama sebuah media radio. Eksistensi media radio dapat diukur dari seberapa banyak siaran mereka didengar, jika semakin banyak radio di dengar maka eksistensinya semakin diakui di tengah masyarakat.

Pendengar radio merupakan pertimbangan tersendiri bagi para klien untuk menjalin hubungan kerjasama terkait dengan promosi produk atau jasa. Hal tersebut berkaitan dengan jumlah dan frekuensi pendengar tersebut mendengarkan iklan klien yang disiarkan. Semakin banyak dan sering pendengar mendengarkan informasi produk atau jasa klien, maka brand dari klien akan semakin familiar bagi para pendengar.

Selain kerjasama yang sifatnya on air, untuk bisa membantu eksistensinya radio juga saat ini menjalin kerjasama lain yang sifatnya off air, seperti kerjasama sharing produk atas produk yang dipromosikan on air dengan sistem bagi hasil atas penjualan yang dilakukan oleh pihak radio.

Keempat Penelitian ini dilakukan oleh Irwa Rochimah dengan metode penelitian kualitatif. Judul tulisan atau disertasi ini adalah *Dinamika Kelompok-Kepemilikkan Media Sebagai Proses Strukturasi Dalam Industri Media Di Indonesia.* Baginya kehadiran berbagai macam media massa yang

tumbuh pesat di Indonesia saat ini, tentu tidak terlepas dari perjalanan panjang dinamika industri media di Indonesia. Kemajuan teknologi dan berbagai bidang yang terkait dengan indutri media saat ini, turut memicu perkembangan media. Kehadiran internet misalnya, memungkinkan munculnya berbagai jenis media. Dalam kegiatan sehari-hari, kita tidak lepas dari penggunaan media tersebut. Misalnya penggunaan telepon genggam yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti surat elektronik, media sosial, surat kabar versi online, radio, televisi dan lainnya. Meningkatnya penggunaan media pada akhinya memberikan perubahan pada industri media pada umumnya seperti bertambahnya jumlah pelaku dalam industri media. Lalu munculnya berbagai kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dan pihak terkait, meningkatnya peran masyarakat, perebutan kue iklan dan pada akhinya terjadi peningkatan persaingan dalam industri media.

Dalam perkembangannya, radio siaran tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi, sehingga bentuk media radio dan cara mengkonsumsinya mengalami perubahan. Saat ini siaran radio dapat dinikmati melalui internet yang diakses dengan menggunakan komputer, laptop, telepon genggam dan perangkat lainnya. Karenanya dari data yang dimiliki InterMedia, kepemilikan perangkat radio di setiap rumah tangga mengalami penurunan pada awal tahun 2009 (58%) jika dibandingkan data akhir tahun 2007 (72%). Hal tersebut dapat disebabkan karena saat ini

mendengarkan radio tidak harus dari perangkat radio biasa, tetapi dapat dilakukan melalui berbagai perangkat media lainnya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Selain itu, bentuk program acara dan isi juga lebih bervariasi. Belum lagi berbagai hal lain yang dilakukan oleh masing-masing stasiun radio untuk berinteraksi dan mendekatkan diri dengan khalayaknya, dalam usaha menghadapi persaingan yang semakin tinggi. Jika kita lihat beberapa website radio siaran, maka kita akan temui cara-cara baru dalam menikmati berbagai program acara radio (streaming, podcast, tv radio) dan penggunaan media sosial (facebook, twitter, pinterest, instagram, youtube, google+) serta kemudahan akses untuk mobile application untuk menunjang berbagai program acara yang ada.

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya. Radio yang berada dalam suatu kelompok-kepemilikan besar sekali tidak otomatis diterima oleh pendengarnya. Program yang ditawarkan tidak dapat sepenuhnya mengikuti program yang dimiliki radio induk. Hal tersebut tentu menuntut adanya kemampuan sebuah stasiun radio dalam hal ini seluruh bagian dari organisasinya untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan di mana stasiun radio tersebut berada. Artinya sebagai sebuah organisasi, harus disadari bahwa radio atau organisasi tersebut adalah sesuatu yang dinamis.

Organisasi berkembang seiring dengan perkembangan anggota di dalamnya dan pihak luar.

Pemasukkan media dari sisi iklan masih menjadi tumpuan untuk keberlangsungan hidup organisasi media. Tetapi dengan menggunakan berbagai kreativitas dan inovasi, saat ini iklan bukan hanya berupa iklan yang ditayangkan langsung, melainkan dalam berbagai bentuk dan kerjasama stasiun dengan pihak lain. Di industri radio sendiri, iklan dapat berupa iklan spot (sudah direkam) yang sering kita dengar di sela-sela musik atau program, iklan baca (adlips) iklan yang dibacakan langsung oleh penyiar atau seringkali menjadi bagian dari materi kata yang dibawakan penyiar, iklan yang dikemas dalam program tertentu, iklan berupa kuis atau berbagai bentuk lainnya. Jam tayang iklan juga mempengaruhi besaran harga iklan sehingga terdapat jam tertentu (prime time) yang memiliki harga lebih mahal daripada jam lainnya.

Intinya, dalam kondisi perolehan iklan yang terbatas namun data beberapa sumber menunjukkan bahwa industri radio di Indonesia masih diminati oleh pelaku industri media. Seperti telah disebutkan jika melihat data dari PRSSNI sebagai lembaga yang menaungi radio siaran swasta di Indonesia, maka tercatat sebanyak 672 stasiun radio (update data Maret 2015). Data tersebut adalah yang tercatat dan menjadi anggota PRSSNI, di luar jumlah tersebut tentu masih banyak lagi stasiun radio siaran yang mengudara dan tidak tergabung dalam PRSSNI. Setiap tahun terjadi perubahan pada total

keanggotaan PRSSNI. Hal tersebut dikarenakan adanya keanggotaan yang tidak diperpanjang atau adanya penambahan anggota baru. Banyaknya jumlah radio dan luasnya wilayah di Indonesia serta begitu cepatnya perubahan yang terjadi pada industri radio siaran (seperti praktek "jual beli" stasiun radio yang disertai dengan perpindahan kepemilikan, perubahan nama stasiun dan lainnya) menyebabkan data yang ada pada PRSSNI dirasa kurang update. Selain di PRSSNI Pusat hal ini juga terjadi di beberapa PRSSNI Daerah. Di samping itu, kehadiran radio komunitas yang begitu semarak, juga menjadi dasar bahwa industri radio masih menarik untuk digeluti walaupun radio komunitas tidak dijalankan secara komersial dan tidak memperebutkan "kue" iklan yang ada. Tetapi dari sisi program kehadiran radio komunitas mampu menarik pendengar hingga memiliki pendengar yang loyal.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Rully Khairul Anwar ini memiliki judul *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan.* Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang sangat luas dalam di hampir semua segi kehidupan manusia memiliki dampak yang besar, baik dampak yang baik dan mendukung kehidupan, maupun dampak buruk, yang walaupun tidak merusak, tetapi cukup mengganggu atau menghambat kehidupan individu maupun kelompok. Media sosial telah

memungkinkan lahirnya bentuk baru dari organisasi sosial dan interaksi sosial berbasis jaringan informasi elektronik. Walaupun teknologi informasi tidak secara langsung menyebabkan perubahan sosial, namun teknologi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari banyaknya pergerakan dalam perubahan sosial seperti bentuk baru produksi dan manajemen, adanya media komunikasi baru atau populer disebut sebagai globalisasi ekonomi dan budaya. Media sosial juga telah melahirkan bisnis baru, cara berdagang yang berbeda, dan media sosial saja bahkan bisa menjadi sumber penghasilan.

Dalam penelitian dijelaskan bahwa penggunaan media sosial internet di era digital sudah sangat banyak dan hampir disentuh oleh setiap kalangan. Dengan adanya media sosial yang membuat semua orang dapat menggunakan tanpa harus berada pada status sosial tertentu, seseorang dapat berinteraksi sosial dengan identitas baru, yaitu anggota masyarakat berjejaring. Identitas baru ini membuatnya merasa sama dengan siapapun yang ditemui dan dikenalnya melalui media sosial. Identitas baru ini menghilangkan semua batasan sosial dalam interaksi.

Penelitian ini membantu penulis untuk mendapatkan data tentang bagaimana media sosial internet digunakan oleh banyak orang pada hari ini. Penelitian ini juga mendukung latar belakang penelitian penulis bahawa pada hari ini, banyak orang sudah meninggalkan radio dan beralih ke media digital internet.

Keenam penelitian yang dilakukan oleh Irwan ini memiliki judul *Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan*. Penelitian ini digunakan dengan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini membahas bagaimana strategi bertahan yang dilakukan oleh para perempuan penjual buah-buahan.

Pada penelitian ini, penulis menemukan kesamaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan apa yang dibahas pada penelitian ini. Bagaimana strategi bertahan dilakukan dengan penyesuaian-penyesuaian sesuai dengan kebutuhan pasar dan musim. Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa jaringan sosial menjadi salah satu faktor penting dalam strategi bertahan. Jaringan sosial mewujudkan atau terdapat suatu hubungan antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok dan individu dengan kelompok. Jaringan sosial bertujuan untuk memudahkan akses penjualan buah dalam pemasaran. Jaringan yang baik mendampakkan kerja sama yang solid untuk saling membantu antara satu dengan yang lain. Hal tersebut, dilakukan karena ketidakpastian pendapatan dan kesulitan mendapatkan sumber pendapatan tambahan yang lain. Berdasarkan jaringan tersebut, perempuan penjual buahbahan menjalini hubungan kerja sama dengan agen buah. Kerja sama yang mereka lakukan mempunyai peran yang penting dalam rangka tetap menjalinkan jaringan usahanya. Sehingga, keberlangsungan usahanya tetap berjalan.

Berdasarkan penjabaran keenam penelitian di atas, peneliti akan menjelaskan perbandingan antara keempat penelitian di atas dengan penelitian peneliti sebagai berikut:

Tabel1. 1 ***Perbandingan Penelitian Sejenis***

No.	**Peneliti**	**Tahun Publikasi**	**Judul Penelitian**	**Persamaan**	**Perbedaan**
1.	Anjang Prilianti	2017	MENILIK DILEMA IDEOLOGI RADIO SWASTA LOKAL DAN STRATEGI PERIKLANANNYA	Meneliti strategi radio swasta dalam mempertahankan eksistensinya.	Dalam penelitian ini fokus strateginya berbasis ekonomi.
2.	Naiza Rosalia	2009	FAKTOR-FAKTOR PENTING DAYA TARIK STASIUN RADIO BAGI PENDENGAR RADIO DI KOTA SEMARANG	Mencari faktor-faktor yang membuat sebuah stasiun radio di dengarkan	Dalam penelitian ini penulis lebih berfokus pada persaingan antar radio, bukan terhadap media lain
3.	Ade Rendy Chrisari	2017	EKSISTENSI RADIO DI JEMBER–JAWA TIMUR	Melihat faktor-faktor yang dapat membuat radio tetap bertahan secara finansial dan dalam segi kualitas	
4.	Irwa Rochimah	2015	DINAMIKA KELOMPOK-KEPEMILIKKAN MEDIA SEBAGAI PROSES STRUKTURASI DALAM INDUSTRI MEDIA DI INDONESIA	Membahas perkembangan media-media baru yang akhirnya membuat media lama ditinggalkan	Tidak spesifik membahas dan menjelaskan strategi yang harus dilakukan radio agar

					tidak ditinggalkan
5.	Rully Khairul Anwar	2017	KOMUNIKASI DIGITAL BERBENTUK MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI BAGI KEPALA, PUSTAKAWAN, DAN TENAGA PENGELOLA PERPUSTAKAAN	Membahas bagaimana penggunaan media digital yang sangat luas dan berdampak di masyarakat pada hari ini.	Penelitian ini tidak membahas bagaimana strategi bertahan yang harus dilakukan media lama seperti radio agar tetap diminati.
6.	Irwan	2015	STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEREMPUAN PENJUAL BUAH-BUAHAN (Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Barat)	Membahas strategi bertahan.	Pembahasan strategi bertahan disini lebih menekankan kepada strategi bertahan ekonomi.

(sumber: diolah oleh penulis, 2019)

Berdasarkan penjelasan di atas, konsep pembahasan yang digunakan keempat penelitian tersebut adalah sejenis. Keempat penelitian di atas maupun penelitian peneliti membahas mengenai strategi bertahan radio dalam menghadapi era media baru. Akan tetapi, konsep atau teori yang digunakan tidak semuanya sama, terdapat sebagian penelitian yang jugamenggunakan konsep lain yang tidak digunakan peneliti. Sehingga keempat penelitian diatas dapat menjadi acuan peneliti dalam menyelesaikan penelitian peneliti yang akan lebih fokus pada Strategi Bertahan Radio Pemuda FM.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1Konsep Strategi Bertahan

Snel dan Staring mengemukakan bahwa strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang bisa berusaha untuk menambah penghasilan lewat pemanfaatan sumber-sumber lain ataupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa. Cara-cara individu menyusun strategi dipengaruhi oleh posisi individu atau kelompok dalam struktur masyarakat, sistem kepercayaan dan jaringan sosial yang dipilih, termasuk keahlian dalam memobilisasi sumber daya yang ada, tingkat keterampilan, kepemilikan aset, jenis pekerjaan, status gender dan motivasi pribadi. Nampak bahwa jaringan sosial dan kemampuan memobilisasi sumber daya yang ada termasuk didalamnya mendapatkan kepercayaan dari orang lain membantu individu dalam menyusun strategi bertahan hidup.[5]

Dalam studi kasus radio Pemuda FM ini tentu yang menjadi cara utama dalam bertahan adalah bagaimana ketrampilan dari orang-orang didalamnya yang bisa menjual, dan juga relasi-relasi yang dibangun antar radio ke radio, atau radio kepada para pemilik modal untuk membantu mereka dalam promosi dan sokongan dana.

---

[5] Resmi Setia, *Gali Lubang Tutup Lubang Itu Biasa Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan Dari Waktu Ke Waktu (*Bandung: Akatiga, 2005), Hal 6.

Kita dapat simpulkan bahwa terdapat berbagai wujud dari interaksi sosial, yaitu proses interaksi asosiatif dan proses interaksi disosiatif. Interaksi sosial asosiatif memiliki sifat positif, yang mana mendukung seseorang atau sekelompok mencapai tujuan tertentu. Bentuk-bentuk dari proses interaksi asosiatif adalah; kerja sama, akomodasi, asimilasi, akulturasi, paternalism. Sementara interaksi sosial disosiatif adalah yang bertentangan dengan seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu.

1.6.2 Konsep Radio

Pengertian radio menurut ensiklopedi Indonesia, yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm). Sedangkan istilah "radio siaran" atau "siaran radio" berasal dari kata "radio broadcast" (Inggris) atau "radio omroep" (Belanda) artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Radio memiliki pengertian pemancar gelombang elektromagnetik yang membawa muatan sinyal suara, yang terbentuk melalui microphone, kemudian pancaran ini diterimaoleh sistem antena untuk diteruskan ke pesawat 44 penerima dan sinyal radio itu diubah menjadi suara atau audio di dalam *loudspeaker*.[6] Sedangkan dalam ilmu komunikasi, radio memiliki pengertian yang berbeda. Menurut ilmu komunikasi radio merupakan sistem komunikasi yang menggunakan udara atau ruang

[6] J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Jember: Pustaka Utama Grafiti, 1996), Hal 12.

antariksa sebagai bahan antara (medium) yang bentuk umum sistemnya adalah sebuah pemancar yang memancarkan dayanya melalui antena ke arah tujuan dalam bentuk gelombang elektromagnetis. [7] Sedangkan radio online memiliki pengertian yang berbeda dengan radio frukensi atau radio tradisional. Radio internet yang juga dikenal sebagai web radio, net radio, streaming radio atau e-radio adalah layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Penyiaran yang dilakukan melalui internet disebut sebagai webcasting karena tidak menular secara luas melalui sarana nirkabel. Radio internet memiliki sebuah media streaming yang dapat menyediakan saluran audio terus menerus dan tidak ada kontrol operasional penyiaran seperti media penyiaran tradisional pada umumnya.[8]

1.6.3 Konsep Media digital

Istiliah media baru muncul pertama kali pada tahun 1960-an mencangkup tekonologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. McQuail menjelaskan bahwa media baru atau media digital adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi [9] dan ketersediaann yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Menurut McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter

[7] Tiur LH. Simanjuntak, *Dasar-Dasar Telekomunikasi* (Samarinda: Bandung Alumni, 1993), Hal. 70.
[8] Apriliani, Januari 2011, *Radio Internet Dalam Perspektif Determinisme Teknologi*, Jurnal Komunikasi, Volume 1, Nomor 2, Hal. 162.
[9] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), Hal. 43.

yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karasteristik utamanya. Castells berpendapat bahwa pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antar pribadi.

Sejak munculnya teknologi informasi, transformasi masyarakat terus berlangsung secara massif. Tidak hanya dalam bidang ekonomi, tapi juga politik, sosial dan budaya. Pemahaman terhadap perubahan ini telah dikemukakan oleh banyak pengamat, salah satu yang menyita perhatian adalah Manuel Castel dengan teorinya tentang ‘masyarakat jaringan. Bagi Castells, pergeseran-pergeseran yang terlihat pada dimensi ekonomi dan negara mengindikasikan munculnya sebuah masyarakat baru atau masyarakat jaringan. Dalam logika jaringan, pekerjaan dilakukan secara terdesentralisasi, kewenangan pengambilan keputusan dibagi kepada titik-titik yang terjalin dalam jaringan. Tidak ada pusat dalam konteks seperti ini. Jaringan bekerja menggunakan logika binari, inklusi atau eksklusi. Semua yang terhubung dalam jaringan dianggap berguna dan penting bagi jaringan, sementara yang diluar jaringan dianggap tidak ada.[10]

[10] Muhtar Habibi, 2011, *Memahami ACFTA dari Perspektif ‘Masyarakat Jaringan’*, Jurnal Kajian Wilayah, Volume 2, Nomor 1, Hal. 101

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif (*qualitative purpose statement*) pada umumnya mencangkup informasi tentang fenomena utama (*central phenomenon*) yang dieskplorasi dalam penelitian, partisipan penelitian dan lokasi penelitian. Tujuan penelitian kualitatif juga bisa menyatakan rancangan penelitian yang dipilih.[11] Dasar penulis menggunakan penelitian kualitatif adalah data yang didapatkan akan lebih mendalam sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Berdasarkan hal tersebut, penulis akan mendeskripsikan strategi bertahan Pemuda FM di era media digital.

Pada penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saatpenelitian dilaksanakan. Peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, kemudian menggambarkan atau melukiskannya sebagaimana adanya.[12] Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif agar dapat mendeskripsikan peneleitian mengenai Strategi Bertahan Radio Di Era Media digital, serta menggambarkan proses tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

---

[11] John W. Creswel, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. I, 2016), Hal. 164.
[12] Tjutju Soendari, *Metode Penelitian Deskriptif* (Bandung: Universitas Pendidikan Bandung, 2010), Hal 2-3.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini merupakan pelaku yang terlibat dalam radio Pemuda FM. Subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari dua elemen, yaitu orang yang terlibat dalam radio Pemuda FM dan pendengar radio Pemuda FM.

Tabel1. 2 ***Karakteristik Subjek Penelitian***

No.	**Nama**	**Posisi Subjek Penelitian**	**Peran Informan**
1.	Shudai Ajlani	Owner Pemuda FM	Memberikan informasi mengenai sejarah radio Pemuda FM, legalitas radio Pemuda FM, event yang dilakukan, konten radio Pemuda FM.
2.	Alexander Frigia Marojahan	Content Writer Pemuda FM	Memberikan informasi mengenai event yang dilakukan, konten radio Pemuda FM.
3.	Siti Zulfah	Penyiar Pemuda FM	Memberikan informasi mengenai event yang dilakukan, konten radio Pemuda FM.
4.	Ivan Dhzokhar	Penyiar Pemuda FM	Memberikan informasi mengenai event yang dilakukan, konten radio Pemuda FM.

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di Kembangan Selatan di Jalan H. Asmar, No. 1b, Jakarta Barat. Lokasi tersebut merupakan kantor dari radio Pemuda FM dan sekaligus tempat siaran berlangsung. Penelitian dilakukan mulai dari Agustus 2019 sampai bulan Oktober 2019

1.7.4 Peran Peneliti

Peran penulis adalah sebagai pelaku dalam penelitian ini. Penulis turun langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang mendalam dan menyeluruh. Selain itu, penulis juga dapat melihat fenomena yang sebenarnya terjadi di lapangan. Sebelum melakukan observasi, penulis sudah membuat langkah kerja terlebih dahulu. Pada saat observasi, penulis dapat mengetahui proses yang dilakukan Pemuda FM dalam mempertahankan radio online mereka pada era media digital. Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis menyusun penelitian dan pada tahap akhir penulis akan mempresentasikan hasil penulis sendiri.

Penulis sudah mengenal salah seorang informan sejak duduk di bangku sekolah menengah. Sempat menjalani beberapa acara bersama, penulis beberapa kali diundang untuk mengisi acara yang ia buat. Melihat unggahan tentang acara radio Pemuda FM yang sering ia unggah di media sosial yang ia miliki, penulis ingin mengetahui lebih tentang Pemuda FM. Melalui beberapa kali pertemuan, penulis akhirnya memutuskan untuk meneliti radio Pemuda FM.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data dalam bentuk verbal yang diucapkan secara lisan yang diperoleh dari informan. Data primer didapatkan dengan cara melakukan observasi dilapangan dan wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder didapatkan melalui dokmentasi dan studi pustaka atau kajian literatur.

1. Observasi

   Pada penelitian ini, penulis diharuskan turun langsung ke lokasi penelitian. Observasi yang dilakukan bermaksud untuk memperoleh data melalui pengamatan oleh panca indra baik penciuman, pendengaran, penglihatan, peraba dan pengecapan terhadap objek secara langsung. Dengan melakukan observasi, peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum kepada partisipan yang memungkinkan partisipan bebas memberikan pandangan-pandangan mereka. Dalam hal ini penulis bertujuan untuk mengetahui proses kegiatan dan acara yang dilakukan oleh radio Pemuda FM.

   Obersvasi pertama yang dilakukan adalah dengan menemui owner dari radio Pemuda FM. Hal ini bertujuan agar penulis dapat mengetahui

kegiatan acara serta visi misi yang dimiliki radio Pemuda FM. Observasi terhadap penyiar juga perlu dilakukan, agar penulis dapat mengetahui bagaimana mereka membuat para pendengar tertarik untuk mendengarkan radio mereka. Observasi terakhir yaitu obersvasi terhadap pendengar radio Pemuda FM. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui pendapat pendengar terhadap radio Pemuda FM.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara berdialog langsung dengan informan untuk dapat menggali informasi yang dapat menunjang data penelitian penulis. Penulis melakukan wawancara mendalam kepada elemen-elemen pendukung secaralangsung. Dengan melakukan wawancara dengan subjek penelitian, penulis dapat melakukan *face to face* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan atau mewawancarai mereka dengan telepon. [13] Wawancara yang dilakukan oleh penulis mengacu pada pedoman wawancara yang telah disiapkan.

3. Dokumentasi dan Studi Pustaka

Dokumentasi yang digunakan oleh penulis berupa tulisan, gambar, dan rekaman suara. Hasil dokumentasi yang dihasilkan oleh penulis

[13] John W. Creswell, Loc. Cit., Hal. 254

digunakan untuk menggambarkan peristiwa yang terjadi dalam penelitian ini.Selain itu, studi pustaka didapatkan dengan mengumpulkan berbagai macam data melalui buku, jurnal, disertasi maupun data yang berasal dari internet. Studi pustaka yang dilakukan guna memperoleh teori yang relevan dengan penelitian penulis mengenai Strategi Bertahan Radio di Era Media digital (Studi Kasus: Radio Pemuda FM). Selain itu studi pustaka yang digunakan juga dapat mempengaruhi kredibilitas penelitian penulis.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.[14] Pada penelitian ini, seluruh data yang diperoleh melalui hasil dari observasi, wawancara mendalam, dokumentasi serta studi pustaka akan dianalisis oleh penulis dan digambarkan pada suatu kerangka pemikiran. Selanjutnya dalam tahap analisis, data yang diperoleh penulis akan dikaitkan dengan konsep atau teori yang berhubungan dengan penelitian penulis.

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet. IV, 2008), Hal. 244.

1.7.7 Triangulasi Data

Triangulasi data menunjuk pada upaya penulis untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama. Hal ini berarti penulis bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Dari sini penulis akan sampai pada salah satu kemungkinan: data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan.[15] Melalui triangulasi data, penulis dapat membandingkan data yang didapatkan dari informan dengan data temuan di lapangan secara langsung.

1.8 Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi menjadi lima bab yang masing-masing terdiri dari:

BAB I: Pada bab ini penulis akan menguraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: Pada bab ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai gambaran umum, profil, sejarah, legalitas, visi dan misi radio Pemuda FM. Selain itu, pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai profil informan.

---

[15] Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, Cet. II, 2008), Hal. 99.

BAB III: Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai hasil temuan penulis yaitu Strategi Bertahan Radio Pemuda FM di Era Media digital.

BAB IV: Pada bab ini hasil temuan akan dianalisis dengan teori Strategi Bertahan.

BAB V: Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari penelitian ini.