

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Media massa memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan manusia terutama untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Media dapat dikatakan sebagai saluran atau alat komunikasi yang menghubungkan komunikator dan komunikan dengan jumlah yang massif, secara luas, dan dapat menimbulkan efek tertentu. Menurut Cangara (2010:123-126), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Sementara dari sumber lain, seperti salah satu kalimat dari Gerbner dalam Ardianto (2014) dituliskan bahwa “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”, jika dilihat dengan saksama komunikasi massa memiliki produk berupa pesan komunikasi yang dapat disebarkan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam waktu yang sama atau tetap. Berbicara mengenai komunikasi dan penyampaian informasi, dewasa ini ada banyak sekali media yang bisa kita gunakan untuk memperoleh informasi.

Berada di tengah maraknya media *online* yang tersebar di dunia maya, masih ada media massa elektronik berbentuk audio yang digemari oleh kalangan masyarakat. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik (2018), saat ini hanya 13% Masyarakat yang masih mendengarkan radio. Apabila dilihat dari survei Nielsen (2016), radio tentu masih memiliki tempat di hati pendengarnya. Lebih dari 50 persen pendengar radio adalah konsumen di masa depan, meskipun mulai dikalahkan oleh televisi dan internet sebagai media yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Hasil temuan Nielsen *Radio Audience Measurement* pada kuartal ketiga tahun 2016 menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari generasi Z dan *millenials* atau para konsumen masa depan, mayoritas pendengar saat ini mulai mendengarkan radio melalui perangkat pribadi mereka masing - masing.

Nielsen *Radio Audience Measurement* mencatat meskipun kedudukan pengguna internet dan televisi terus meningkat dan berkembang pesat, hal tersebut tidak menjadikan jangkauan pendengar radio akan menurun dalam beberapa waktu ke depan. Radio masih harus bertahan di era saat ini mengingat adanya kebutuhan masyarakat akan media yang dapat memberikan informasi maupun hiburan dengan format audio yang menjadi sangat fleksibel untuk dapat diakses dengan mudah, cepat, dan murah. Radio juga terus mempertahankan pendengarnya dengan selalu menyajikan program – program acara terbaik yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. Eksistensi radio didukung dengan data yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa media ini tidak ditinggalkan oleh pendengar setianya, segmentasi radio membuat perbedaan yang signifikan antara persaingan radio di kota dan di daerah. Radio di daerah lebih leluasa dalam menyajikan program acara dengan segmentasi yang luas karena minimnya persaingan antara stasiun radio, sementara hal lain terjadi pada radio yang berada di kota karena tingginya tingkat persaingan menyebabkan radio tersebut harus memiliki segmentasi pendengar yang lebih spesifik.



Menurut Astuti (2017:5) radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Dilansir dari laman daring kpi.go.id, radio merupakan media massa terlama yang paling sering kita temui dan yang paling murah untuk diakses. Radio juga menjadi salah satu media yang bersifat informatif, mendidik, dan menghibur. Karena sifatnya yang singkat dan selintas dengar, maka informasi yang disampaikan oleh radio akan sangat mudah dimengerti oleh pendengar. Radio masih sangat relevan untuk diakses dan didengar hingga saat ini, mengingat kebutuhan manusia akan pemenuhan informasi melalui beragam cara.

Berdasarkan data PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia), jumlah orang yang mendengar radio selama *work from home* terus meningkat. Banyak orang mendengar radio melalui *mobile application* atau radio *streaming* yang dimiliki radio-radio anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia. Meski awalnya sempat dikatakan bahwa pendengar radio menurun, data *Radio Advertising Expenditure* (Radex) yang diterbitkan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) pada Desember lalu menjadi gambaran seberapa besar industri radio masih dipercaya oleh pengiklan untuk mempromosikan produknya.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan radio dapat dilihat dari program acaranya, di tengah gejolak era modernisasi dimana masyarakat memiliki banyak pilihan untuk memilih media apa yang akan digunakan sebagai sarana mencari informasi, radio tetap eksis untuk mengisi ruang dengar masyarakat. Radio juga bersifat akrab dengan membangun hubungan yang dekat antara penyiar dan pendengar, serta radio menggunakan gelombang udara dalam proses penyiaran sehingga dapat menembus ruang manapun yang tidak bisa dijangkau oleh media lain. Seringkali kita mendengarkan berbagai macam radio di jam yang sama dengan format penyiaran maupun konten yang berbeda. Ada banyak sekali stasiun radio di Indonesia yang memiliki program unik dan menarik, hal ini tentu disesuaikan dengan target *audience* dan profil pendengar dari masing – masing radio tersebut. Sebuah program siaran tidak hanya menampilkan sisi unik dari konten yang disiarkan, namun juga kualitas dari pesan yang akan disampaikan seperti mengulik dari sisi informatif dan menghibur.

### Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana proses produksi penyiaran dalam program kamikici?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi yang ada pada proses produksi penyiaran program acara kamikici?

### Tujuan

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini memiliki tujuan diantaranya:

- 1) Menjelaskan proses produksi penyiaran dalam program kamikici.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi yang ada pada proses produksi penyiaran program acara kamikici.

