

Strategi Komunikasi Beat Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Di Era Digital

Dhika Widyaningsih¹, Iin Soraya², Arina Muntazah³

Universitas Bina Sarana Informatika
Kampus BSI Pemuda, Jl. Kayui Jati 2 No. V, Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

ABSTRAKSI

Era digital merupakan suatu masa dimana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-harinya. Saat ini banyak masyarakat yang menggunakan internet di kehidupan sehari-hari seperti membaca buku, membaca berita, hingga berbelanja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui deskripsi strategi komunikasi yang digunakan beat radio dan mengetahui apa saja strategi komunikasi yang dilakukan beat radio untuk menarik minat pendengar. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R menunjukkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses reaksi-aksi. Pendekatan ini dijadikan sebagai peninjau dalam menganalisis terkait strategi komunikasi radio. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, ada dua hasil yang diperoleh dari tulisan yang dijelaskan pada jurnal ini. Yang pertama, beat radio melakukan strategi komunikasi dengan beberapa tahap yaitu perencanaan, tujuan, pesan dan media yang digunakan. Kedua, beat radio melakukan strategi komunikasi dengan mengikuti komunitas atau menjalin kerjasama untuk mendapatkan pendengar, selain itu beat radio melakukan strategi dengan memanfaatkan media sosial yang sering di gunakan oleh masyarakat, seperti *Instagram, Youtube, Twitter, TikTok*, dan juga aplikasi streaming *beatradio.id*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Beat Radio, Minat Pendengar

ABSTRACT

The digital era is a period where most people in that era use digital systems in their daily lives, such as reading books, reading the news, and shopping. The purpose of this study was to find out the description of the communication strategy used by Beat Radio and find out the types of communication strategies used by Beat Radio to attract listeners interest. By using qualitative descriptive methods, there are two results obtained from the writings described in this journal. First, beat radio carries out a communication strategy with several stages, planning, objectives, messages and media used. Second, beat radio carries out a communication strategy by joining the community or collaborating to get listeners, besides that beat radio carries out a strategy by utilizing social media that is often by used by the public, such as Instagram, Youtube, Twitter, TikTok and also the streaming application Beatradio.id.

Keywords: Communication Strategy, Beat Radio, Listeners Interest

PENDAHULUAN

Era digital adalah era di mana sebagian besar orang modern menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-hari (Setiawan et al., n.d.). Saat ini, banyak orang menggunakan Internet dalam kehidupan sehari-hari, seperti membaca buku, membaca berita, dan berbelanja. Di sisi lain, era digital telah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kehidupan manusia. Salah satu perangkat yang banyak digunakan dalam teknologi digital

adalah Laptop, komputer, handphone. Seiring dengan perkembangan media informasi, banyak bermunculan media cetak dan media elektronik.

Radio merupakan alat komunikasi massa yang berupa saluran yang menyalurkan gelombang yang berbunyi dalam bentuk program-program yang teratur dengan isi yang aktual dan meliputi berbagai segi dalam kehidupan masyarakat (Setiawan et al., n.d.).

Radio online merupakan radio masa depan, yang pada saatnya nanti semua manusia di muka bumi ini akan selalu bergantung pada alat komunikasi dalam berbentuk *handphone* maupun media digital lainnya. Saat ini seluruh pekerjaan maupun kegiatan dapat dilakukan melalui *handphone* termasuk dalam mendengarkan radio.

Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat mulai beralih ke transmisi visual melalui televisi dan Internet, radio pun harus mengantisipasi pada media lain. Namun, prediksi tersebut ternyata tidak sepenuhnya benar. Jumlah pengguna radio perlahan menurun, namun menurut data Nielsen Radio Audience Measurement pada tahun 2016, jumlah waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan radio per minggu semakin meningkat dari tahun ke tahun (Katalisnet, 2021).

Meskipun sudah memasuki era digital dan semua dapat dilakukan melalui *handphone* termasuk dalam mendengarkan radio. Radio online (*Streaming*) masih jarang masyarakat mengetahui, walaupun hanya menggunakan *handphone* saja sudah bisa mendengarkan radio.

Dengan demikian radio pun mempunyai tantangan tersendiri dalam hal menarik minat pendengar radio tersebut. Perkembangan teknologi dan informasi telah memperluas ruang komunikasi radio dan mengubah pola interaksi pendengar (Hilmi, Alfandi, Islam, & Walisongo, 2022). Oleh karenanya, radio perlu melakukan adaptasi untuk mempertahankan eksistensinya (Hilmi et al., 2022). Pengelola media harus memiliki strategi komunikasi yang baik agar dapat menarik masyarakat untuk mendengarkan radio.

Radio juga perlu merancang kembali strategi dalam berkomunikasi kepada khalayak dengan baik. Radio juga harus mampu untuk menjawab peluang dan tantangan atas kemunculan dari berbagai macam media digital. Tentu saja bukan hal yang mudah bagi radio dalam menarik minat pendengar mereka di tengah berbagai pilihan media digital. Saat ini banyak media yang telah menyediakan berbagai pilihan secara instan, dan mudah kepada masyarakat.

Meskipun terdapat beberapa radio di Indonesia yang sudah menutup salurannya, Masih banyak juga radio yang masih bisa bertahan di era digital. Selain itu radio juga masih menjadi salah satu media yang masih eksis saat ini, meskipun pendengarnya mulai menurun di bandingkan sebelum era digital.

Salah satu faktor radio masih bisa bertahan sampai saat ini adalah radio telah banyak berubah, jika dahulu radio hanya memiliki fungsi sebagai media menghibur dengan lagu dalam bentuk auditif. Saat ini radio telah berubah wujud untuk mengikuti perkembangan zamannya. Radio sekarang tidak hanya menjadi media audio saja, bahkan sekarang radio telah banyak berubah wujud menjadi media audio visual. Sentuhan teknologi terbaru telah menjadikan radio mampu menyerupai televisi. Tak sedikit juga stasiun radio yang dapat menyajikan produk siarannya dalam bentuk radio visual dan radio streaming.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan Paradigma post positivisme Paradigma ini menggambarkan realitas sosial sebagai sesuatu yang luas, utuh, dinamis, dan penuh

makna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman umum tentang perspektif partisipan atau kenyataan sosial. Pemahaman ini tidak dibuat terlebih dahulu; sebaliknya, diperoleh setelah melakukan analisis terhadap objek penelitian.

Data kualitatif yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka disebut deskriptif. Selain itu, segala sesuatu yang telah dikumpulkan mungkin sangat penting untuk apa yang telah diteliti (Abdussamad, 2021). Oleh karena itu, laporan peneliti akan mengandung kutipan data untuk memberikan gambaran tentang penyajian laporan. Data dapat berasal dari foto, naskah wawancara, atau dokumen resmi lainnya. Dengan cara ini, peneliti memeriksa data sejauh mungkin dalam bentuk aslinya sebelum menulis laporan.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Stasiun Manajer Beat Radio. Dimana fokus yang diteliti adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh beat radio dalam menarik minat pendengar di era digital saat ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Informan terbagi menjadi informan kunci yaitu, Stasiun Manajer Beat Radio dan informan pendukungnya ialah pendengar. Penelitian ini berlokasi di Blok JB 6 Cinere Terrace Commercial, Jl. Telaga Warna 1, Cinere, Depok 16514. penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Online adalah radio masa depan, pada saatnya nanti semua manusia di muka bumi ini akan bergantung pada alat komunikasi dalam bentuk *gadget*. Seluruh pekerjaan dan kegiatan akan dilakukan melalui

gadget termasuk mendengarkan radio. Mengacu dari tren tersebut, secara kreatif beat radio termotivasi untuk mengembangkan bisnis industri media online khususnya dibidang penyiaran *radio online*. Radio Online bernama Beat Radio Indonesia mulai hadir sejak tahun 2011 sampai sekarang. Beat Radio bisa dikatakan sebagai salah satu pionir radio streaming atau digital. Radio ini melakukan siaran pada aplikasi *beatradio.id* yang bisa didapat melalui *playstore* dan *beat radio* ini mengudara selama 24 jam setiap hari dengan jangkauan seluruh jagad raya dimana pun jika terkoneksi internet.

1. Analisa Strategi Komunikasi Beat Radio

Setelah melakukan wawancara kepada pihak Beat Radio, peneliti kemudian merumuskan beberapa hal – hal yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Beat Radio.

Beat Radio melakukan strategi komunikasi menggunakan *marketing communication* yang dilakukan untuk menjangring atau menjalin kerja sama, dan dari sana Beat Radio mendapatkan pendengar melalui *marketing communication*. Selain itu Beat Radio juga masuk ke dalam beberapa komunitas atau kegiatan-kegiatan baik sebagai media patner atau terlibat langsung ke dalam acara.

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi untuk dapat mencapai suatu tujuan. Dari penelitian ini mengambil definisi strategi menurut (Effendy, 2019), diantaranya:

a. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan Beat Radio adalah dengan memasuki komunitas Beat radio memberikan

ruang kepada komunitas itu untuk bisa menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka. Seperti program alumni trisakti dimana mereka bisa berbicara mengenai komunitas yang mereka tekuni, dengan begitu Beat radio bisa menarik minat pendengar melalui komunitas.

Beat radio juga mencoba untuk membuat perencanaan bagaimana membuat program yang bisa diikuti oleh anak-anak dan remaja dengan mencoba di sport, karena dengan keberhasilan salah satu program pramuka itu mereka bisa mendapatkan banyak pendengar.

b. Tujuan

Keberhasilan akan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan tujuan dari strategi komunikasi. Saat ini Beat Radio masih menggunakan atau mengutip untuk mencari informasi dari berita-berita online, tetapi beat radio menjaga nilai pada akurasi agar tidak terjebak pada berita hoax.

Dengan mengikuti program komunitas yang baik maka pendengar dapat bergabung kedalam program yang disiarkan. Selain itu dengan memberikan informasi yang efektif dan memiliki kredibilitas yang terjamin dapat memberikan tujuan yang dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang mendengarkan.

c. Pesan

Beat radio ini memiliki strategi untuk menyampaikan pesan yang dapat di terima dengan baik oleh pendengar adalah dengan cara bagaimana informasi itu disampaikan, cara bertutur kata dan dengan gaya memberikan informasi yang dapat dengan mudah di tangkap oleh pendengar. Selain itu Beat radio juga harus dapat memilih informasi atau berita yang ingin

disampaikan agar pesan dapat diterima dan di ingat oleh pendengar.

d. Media

Beat Radio dalam mengenal khalayak adalah dengan memanfaatkan media sosial yang sering di gunakan oleh masyarakat, pada era digital saat ini langkah yang diambil Beat Radio yakni memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Youtube, Twitter, dan TikTok*.

Beat Radio melakukan siaran dengan menggunakan aplikasi Beat Radio yang bisa didapatkan oleh pendengar di *playstore* ataupun *appstore*. Dimana dengan melakukan siaran pendengar bisa mendengarkan Beat radio dimana pun dan kapan pun.

2. Beat Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Program

Dalam Peneliti ini membahas mengenai strategi komunikasi Beat Radio dalam menarik minat pendengar melalui program yang disiarkan untuk pendengarnya. Strategi yang dilakukan agar membuat seseorang tertarik untuk mendengarkan aktivitas yang ditawarkan oleh penyiar. Dalam hal ini penyiar harus membawakan programnya secara menarik mungkin seperti menganggap pendengar seperti teman, selain itu penyiar juga harus memiliki gaya bicara yang mudah ditangkap oleh pendengar.

Pendengar menjadi lebih tertarik pada setiap program Beat Radio karena beberapa alasan. Pertama, jenis musik yang dipilih Beat Radio bervariasi, dan kedua, pendengar dapat menikmati musik dari tahun 2000-an dan 2010-an. Selain itu, setiap kali websitenya dibuka, Beat Radio memutar lagu. Selain itu, Beat Radio mengundang orang yang berpengalaman ke setiap program podcastnya. Ini menunjukkan bahwa Beat Radio tidak

hanya memberi pendengar kesempatan untuk bernostalgia dengan lagu-lagu yang disiarkan, tetapi juga mengajak semua pendengar untuk menambah wawasan dengan menyiarkan siaran podcast dari orang-orang yang berpengalaman.

Strategi komunikasi dalam menarik minat pendengar yang dilakukan oleh Beat Radio adalah dengan menyiarkan program-program yang informatif dan menghibur bagi para pendengar. Tujuannya adalah untuk menarik minat pendengar.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan dalam bab sebelumnya, pembahasan yang berkaitan dengan gambaran umum Beat Radio, program siaran Beat Radio serta strategi komunikasi beat radio dalam menarik minat pendengar. Oleh karena itu, berikut ini beberapa kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Beat Radio Dalam Menarik Minat pendengar Di Era Digital.

1. Strategi komunikasi Beat Radio adalah dengan melakukan *marketing communication* dengan menjalin kerja sama kerjasama dan masuk kedalam komunitas atau kegiatan-kegiatan lainnya, baik sebagai media patner maupun mengikuti langsung kegiatan selain itu strategi yang dilakukan memiliki beberapa tahapan, yaitu dengan perencanaan program, tujuan yang akan disampaikan, pesan yang diterima oleh pendengar, dan menggunakan media apa untuk mendekati diri kepada pendengar. Pada tahaan perencanaan merupakan tahap untuk mengetahui dan mengenal kebutuhan hiburan khalayak. Tahap tujuan merupakan tahap menentukan informasi yang efektif dan memiliki

kredibilitas yang terjamin agar dapat memberikan tujuan yang dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Tahap pesan merupakan tahap untuk mencari bagaimana cara menyampaikan pesan agar dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Tahap media yaitu tahap untuk berinteraksi, memberikan informasi dan melakukan promosi program.

2. Strategi komunikasi dalam menarik minat pendengar adalah dengan memberikan program yang Informatif, Interaktif, dan juga menghibur. Strategi komunikasi ini sangat efektif dilakukan, dapat mempengaruhi minat pendegar dengan menyiarkan program-program yang informatif dan menghibur bagi para pendengar. Selain itu Beat Radio memanfaatkan media sosial untuk melakukan siaran seperti *Instagram, Twitter, Youtube, dan TikTok*. Selain melakukan siaran media sosial ini digunakan untuk berinteraksi, memberikan informasi dan melakukan promosi program.

1.1. Saran

1. Untuk Beat Radio
 - a. Untuk meningkatkan SDM agar bisa terus mengembangkan radio digital seperti yang diinginkan.
 - b. Mampu membuat banyak program yang informatif, edukatif, dan menghibur agar pendengar bisa memilih siaran yang diinginkan.
2. Untuk peneliti selanjutnya
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dengan penelitian ini tentang Strategi Komunikasi

Beat Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digital.

- b. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian diharapkan untuk terus mencari dan membaca berbagai referensi lain sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta mampu memperoleh ilmu yang baru.

REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif*.
- Effendy, O. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.
- Katalisnet, P. (2021). Pendengar Menurun, Radio Masih Bertahan. Retrieved from <https://katalisnet.com/pendengar-menurun-radio-masih-bertahan/>
- Kemenparekraf. (2021). Peran Radio dari Masa ke Masa. Retrieved from Peran Radio dari Masa ke Masa (kemenparekraf.go.id)
- Moleong, L. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Prastowo, A. (2018). *Memahami Metode-Metode Penelitian*.
- Rama, M., Dedy, A., Dwi, S., & Budiman³, A. (n.d.). *Strategi Komunikasi Radio Kharisma 95,6 FM Bengkulu Utara Dalam Meningkatkan eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal Melalui Program Siaran "Sapa Pagi" (Vol. 6)*.
- RG. (2018). Sejarah Singkat Perkembangan Radio. Retrieved from <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>
- Rustan, A. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Setiawan, H., Darmastuti, R., Studi, P., Masyarakat, H., Informasi, T., Satya, K., & Salatiga, W. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI RADIO SUARA SALATIGA DALAM UPAYA MENDAPATKAN LOYALITAS PENDENGAR DI ERA DIGITAL (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal)*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/>
- Sugiyono, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis Di Era Global*. (D. Darmawan, Ed.). PT. Remaja Rosdakarya Offset - Bandung.
- Syamsul, A. (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*.