

PERAN RADIO SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (Kajian Perilaku Bermedia pada Generasi Z di Kota Bandung)

Yusron Mu'tasim Billah¹, Ulfa Yuniati², Euis Evi Puspitasari³

Universitas Muhammadiyah Bandung

yusronmutasimbillah@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji bagaimana peran radio memenuhi kebutuhan pendengar di yang ditinjau dari perilaku bermedia (penggunaan media aau media habit dan kebutuhan khalayak) pada generasi z. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survey. Hasil penelitian adalah radio cenderung memiliki peran sebagai media penghibur dengan presentase materi yang paling disukai yaitu hiburan sebesar 87%.

Kata Kunci: peran radio, perilaku bermedia, generasi z, revolusi industri 4.0

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how the role of radio meets the needs of listeners in terms of media behavior (use of media and media habits) in generation z. The research method used is quantitative with a survey approach. The results of the study are that radio tends to have a role as a media entertainer with the most preferred material percentage being entertainment by 87%.

Keyword: the role of radio, behavior, media uses, z generation, industrial revolution 4.0

PENDAHULUAN

Dewasa ini Indonesia mulai menyatakan diri masuk pada era revolusi industri, terjadi transformasi pada cara kerja manusia yang menjadi lebih otomatis/digitalisasi. Adanya perubahan tersebut mempengaruhi perubahan teknologi informasi sehingga media massa mengikuti perkembangan digital tersebut agar tidak kehilangan khalayaknya. Media massa memiliki peran penting dalam masyarakat sebagai pemenuhan kebutuhan khalayak yakni informasi, pendidikan dan hiburan. Sebagai media massa, radio memiliki beberapa fungsi utama yaitu untuk menyiarkan (*to inform*), mendidik (*to educate*) menghibur (*to entertain*) dan untuk mempengaruhi (*to influence*). Radio tidak bisa terlepas dari fungsi-fungsi tersebut karena radio termasuk dalam media pers. (Sjuchro et al., 2018)

Kecenderungan masyarakat tidak lagi menggunakan radio sebagai medium favorit mereka dalam memperoleh informasi tampak pada semakin menurunnya orang yang memiliki pesawat radio. Hal ini dimungkinkan oleh tidak berdayanya radio menghadapi persaingan dengan televisi untuk merebut pasar khalayaknya, tetapi juga karena untuk menikmati radio juga dapat dilakukan melalui internet dan telepon seluler. (Halik, 2013)

Awal mulanya radio digunakan sebagai medium favorit dalam memperoleh informasi atau dijadikan ajang untuk mendapatkan banyak keilmuan dari penyiaran-penyiaran yang bersifat edukatif. Namun memasuki revolusi industri 4.0 terjadi transformasi pada manusia. Manusia mengalami masa transisi dari generasi milenial ke generasi z. Generasi z hadir dengan fasih menggunakan perangkat teknologi, senang bersosial dengan berbagai kalangan khususnya menggunakan media sosial, ekspresif, serta cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan yang lain (Wibawanto, 2016)

Karakteristik generasi z yang cepat berpindah membentuk perilaku bermedia serta mempunyai kebebasan untuk memutuskan menggunakan media. Era revolusi industri 4.0 memunculkan namanya media baru seperti *facebook*, *youtube*, *twitter*, *instagram* atau yang biasa disebut dengan media sosial. Hal ini mengakibatkan perubahan pola penggunaan media atau kebiasaan (Yuniati & Puspitasari, 2019).

Penggunaan media (media using) oleh individu sendiri, menurut teori mass media uses and gratification, itu dilandasi oleh kebutuhan perorangan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Istilah “kebutuhan” yang merupakan padanan kata “need” itu sendiri, dalam psikologi digunakan juga sebagai padanan dari kata-kata: “motivies”, “wants”, “desires”, dan lain – lain. Pemakaian kata “wants” sebagai padanan “needs” tersebut didefinisikan sebagai “kekuatan – kekuatan yang mengawali dan mendorong prilaku” (initiating and sustaining forces of behavior). Ke dalam konsep “wants” ini termasuk pula dorongan–dorongan yang bersifat negatif, yaitu kekuatan–kekuatan yang menyebabkan individu menghindari sesuatu objek atau kondisi, yang biasanya disebut “fears” atau “aversions”. Objek yang dituju oleh “wants” itu adalah “goals” yang oleh Krech dan kawan–kawan, digunakan bukan saja meliputi objek yang dituju (aproach object), melainkan juga “goals” yang bersifat negatif, yaitu sesuatu objek yang dihindarkan individu (avoidance objek) (Imran, 2013).

Perubahan-perubahan yang terjadi pada pola penggunaan media massa oleh tiap generasi menarik untuk diteliti. Generasi z khususnya dikenal dengan sebutan generasi teknologi karena fasih menggunakan teknologi internet. Melihat perkembangan teknologi dan manusia penulis ingin mengkaji peran radio dalam memenuhi kebutuhan pendengar. Kebutuhan pendengar yang diteliti adalah ditinjau dari perilaku bermedia diantaranya penggunaan media (media habit) atau kebiasaan menggunakan media dan kebutuhan atau motif pada generasi z.

Media massa memiliki 3 fungsi seperti yang dikatakan **Harold D. Laswell** yaitu edukasi, informasi, dan hiburan ;

1. Media massa berfungsi sebagai hiburan, *Dominick* mengatakan bahwa. Media massa dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak agar lebih segar. Media massa melayani kebutuhan khalayak dalam informasi yang menghibur serta melalui kemasan-kemasan atau program yang berdimensi seni, seperti film, musik, tari, dan seterusnya.(Halik, 2013)
2. Media massa berfungsi sebagai informasi, seperti yang dikatakan McQuail (1987) salah satu fungsi dari media massa adalah sebagi infomasi yaitu sebagai yang menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia, Menunjukkan hubungan kekuasaan, serta memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan.(Halik, 2013)
3. Media massa berfungsi sebagai edukasi, yaitu memiliki tanggu jawab dalam menjadi pewaris sosial seperti yang dikatakan *Nurudin* bahwa saat media massa peran sebagai pewaris sosial maka disitu media massa menjadi pendidik begitupun yang dikatakan *Effendy* bahwa pewaris sosial memiliki fungsing sebagi pendidik di rumah tangga atau pun dilingkunga luar, sehingga media massa dititik beratkan pada fungsi edukasi atau pendidikan.(Kusmiati, 2018)

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui motif pendengar radio khususnya pada generasi z di tengah perkembangan teknologi komunikasi.

Pendekatan kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2006)

Sampel yang diambil berdasarkan geografis Bandung terbagi ke dalam wilayah Bandung Utara, Bandung Timur, Bandung Selatan, Bandung Barat (termasuk wilayah kota Bandung) serta Cimahi. Pada penelitian ini diambil wilayah Bandung dan Cimahi karena dianggap dapat mewakili karakteristik wilayah yang sesuai dengan jangkauan siaran radio.

HASIL

Responden yang diteliti berjumlah 230 orang terdiri dari wilayah Bandung (160 responden) dan Cimahi (70 responden). Generasi z yang mendengarkan radio berjumlah 140 orang dan tidak mendengarkan radio 90 orang. Jenis kelamin responden terbagi ke dalam laki-laki 51,73% dan perempuan 48,26%.

Kebutuhan pendengar yang diteliti adalah ditinjau dari perilaku bermedia diantaranya (1) penggunaan media (2) kebutuhan khalayak Berikut pemaparan hasil dari penggunaan media dan kebutuhan khalayak

Penggunaan Media

Menurut Rosengreen (1971: 277) berpendapat bahwa penggunaan media itu terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Penggunaan media komunikasi adalah suatu hal yang mencerminkan bagaimana perbuatan para individu anggota masyarakat dalam memanfaatkan atau menggunakan ragam jenis media komunikasi yang ada dalam rangka upayanya untuk memenuhi kebutuhan.(Imran, 2013)

Pola penggunaan media Komunikasi adalah gambaran yang mencerminkan kebiasaan individu anggota masyarakat dalam menggunakan ragam jenis media komunikasi yang ada dalam rangka upayanya untuk memenuhi kebutuhan (Imran, 2013).

Berikut hasil dari penggunaan media dapat digambarkan pada durasi setiap kali mendengarkan radio, waktu mendengarkan radio, serta jenis isi media yang dikonsumsi (materi).

Tabel 1: Penggunaan Media Radio

No	Durasi setiap kali mendengarkan radio	%	Waktu Mendengarkan Radio	%
1	<10 menit	10.20	06.00-10:00	25
2	10-30 menit	35.71429	10:00-15:00	9.285714
3	30-60 menit	18.87755	15:00-19:00	32.14286
4	1-1.5 jam	4.08	19:00-24:00	31.42857
5	1.5-2jam	1.02	24:00-06:00	2.142857
6	2-3jam	1.02		
7	3-4jam	0		
8	>4jam	0.51		
JUMLAH		100%		100%

Materi Siaran

Berdasarkan tabel 2 materi siaran yang disukai adalah hiburan/musik sebesar 87.14%, sementara materi-materi yang lain tidak mendapat perhatian yang lebih dari generasi z. Sehingga dapat dikatakan telah terjadi transformasi peran pada radio yang dibuktikan dengan adanya perbedaan yang signifikan antara materi hiburan dengan materi informasi/news yang disukai generasi z.

Tabel 2: Materi siaran yang paling disukai

No	Materi siaran Paling Disukai	f	%
1	Hiburan / musik	122	87.14286
2	Keagamaan	3	2.142857
3	Kesehatan	1	0.714286
4	Gossip	1	0.714286
5	Pendidikan	4	2.857143
6	Olahraga	7	5
7	Budaya	1	0.714286
8	Politik	0	0
9	Ekonomi	0	0
10	Teknologi	1	0.714286
JUMLAH		140	

Kebutuhan Bermedia

Kebutuhan atau motif adalah kekuatan-kekuatan yang mengawali dan mendorong perilaku individu anggota masyarakat dalam menggunakan media komunikasi (Imran, 2013). Ada dua kebutuhan yang dihasilkan dalam pemenuhan kebutuhan bermedia pada generasi z diantaranya alasan mendengarkan radio dan motivasi.

Alasan Mendengarkan Radio

Alasan tertinggi generasi z menggunakan radio adalah lagunya enak dengan presentasi 50% sehingga dari data tersebut dapat dikatakan bahwa generasi z menggunakan radio sebagai media penghibur (*Entertainment*) walau begitu peran radio sebagai media informasi masih bertahan dikalangan generasi z yang ditandai dengan alasan menggunakan radio untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat dengan presentase 12.14%.

Dari data pada tabel 3 dapat kita katakan bahwa telah terjadi transformasi pada peran radio dikalangan generasi z dalam mengfungsikan radio yang mulanya didominasi pada sarana mencari edukasi dan informasi, sekarang beralih pada sarana hiburan dengan dilihat dari hasil presentase tertinggi.

Tabel 3: Alasan Mendengarkan Radio

NO	Alasan suka mendengarkan sebuah radio	F	%
1	Lagunya enak	70	50

2	Suaranya jernih	3	2.14
3	Penyiaranya humoris	7	5
4	Acaranya menarik	10	7.14
5	Suara penyiaranya enak	2	1.42
6	Penyiaranya berwawasan luas	8	5.71
7	Penyiaranya komunikatif	5	3.57
8	Informasinya bermanfaat	17	12.14
9	Lagunya sesuai selera	10	7.14
10	Lagunya baru	8	5.71
JUMLAH		140	

Motivasi

mendengarkan radio

Untuk melihat sejauh mana peran radio sebagai pemenuhan kebutuhan didapatkan hasil bahwa 65 responden motivasi mendengarkan radio untuk mendengarkan lagu-lagu yang diputar dengan presentase 46.42%. yakni menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari dengan presentase 21.42%.

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa motivasi dari generasi z dalam mendengarkan radio adalah untuk memenuhi kebutuhan dalam segi hiburan (*Entertain*). Temuan lain sebagai pemenuhan kebutuhan informasi (*inform*) dengan presentase 11.42% serta pemenuhan kebutuhan berita terkini dengan presentase 7.14% .

Tabel 4: Motivasi mendengarkan radio

NO	Motivasi mendengarkan radio untuk (bisa lebih dari satu jawaban)	F	%
1	Mencari informasi yang dibutuhkan	16	11.42
2	Mengetahui berita terkini	10	7.14
3	Mendengarkan lagu-lagu yang diputar	65	46.42
4	Status sosial	2	1.42
5	Menghabiskan waktu luang	5	3.57
6	Menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari	30	21.42
7	Memperluas wawasan	5	3.57
8	Lainnya	7	5
JUMLAH		140	

SIMPULAN

Era revolusi industri ini telah merubah cara kerja manusia menjadi otomatis/digitalisasi yang dimana mempengaruhi banyak hal termasuk media massa yang mana salah satu instrumennya adalah radio, perubahan ini membuat radio mulai tergeser perannya dikalangan masyarakat terutama pada generasi z yang dikenal sebagai yang ahli dalam teknologi dan memiliki karakter yang dinamis sehingga hal ini membuat radio harus mencari inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan peran radio di kalang masyarakat terutama pada generasi z.

Dilihat dari hasil penelitian bahwa generasi z lebih banyak menggunakan radio sebagai hiburan sehingga ini menjadikan peran radio bertransformasi yang awalnya radio dititik beratkan pada fungsionalnya sebagai pemberi informasi dan edukasi sekarang beralih dan harus dititik beratkan pada hiburan sebagai bentuk mempertahankan peran radio di kalangan generasi z, tapi hal ini bukan berarti radio tidak melakukan fungsionalnya sebagai

pemberi informasi dan edukasi karena dikalangan generasi z masih memiliki ketertarikan terhadap hal itu walaupun tidak ketertariaknya tidak sebesar pada materi hiburan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan bantuan dana kepada peneliti berupa Hibah Penelitian Dosen Pemula.

DAFTAR RUJUKAN

- Halik, A. (2013). *Buku Daras Uin Alauddin Komunikasi Massa Universitas Islam Negeri (Uin)*.
- Haryati. (2013). *transformasi radio dan perubahan habits khalayak*. (88), 1–28. Retrieved from http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_771434079132.pdf
- Imran, H. A. (2013). *Pola penggunaan media komunikasi pattern of media communication usage*. 1–26.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Kusmiati, Y. (2018). WARISAN SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU FUNGSI: Sebuah Tinjauan Komunikasi Islam. *Annual Conference for Muslim Scholar*, 2(April), 339–344.
- Sjuchro, D. W., Hariyanto, F., Yusup, E., & Abidin, Z. (2018). *PROGRAM SIARAN RADIO PEMERINTAH STURADA 104 . 00 FM DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN AKAN INFORMASI*. 3(1), 41–56.
- Wibawanto, H. (2016). *Generasi Z dan Pembelajaran di Pendidikan Tinggi*. (Makalah dalam Simposium Nasional Pendidikan Tinggi di ITB 24 Oktober 2016). Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). MOTIF PENDENGAR RADIO DI ERA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI (STUDI KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA PADA GENERASI Z DI BANDUNG). *J-IKA*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/kom.v6i2.6504.g3631>