

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations mempunyai peranan yang sangat penting bagi berhasil tidaknya kegiatan komunikasi salah satunya bagi kegiatan perusahaan media online Infobdg dalam mengemas informasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh publik. Infobdg merupakan salah satu media online di kota Bandung yang berperan sebagai media informatif untuk Kota Bandung dengan berbagai *platform* media sosial. Infobdg berdiri pada 3 Januari 2010 dengan basis akun twitter @infobdg sebagai Akun Sosial Media di Bandung. Akun Twitter @infobdg awalnya hanya berperan sebagai penyambung informasi dari *followers* kepada *followers* di Kota Bandung. Kemudian pada perkembangannya bertransformasi menjadi media online yang berperan sebagai media informatif untuk Kota Bandung dengan berbagai saluran media.

Pada penyebaran informasi yang dilakukan Infobdg tentunya terdapat peranan Public Relations dalam media online tersebut yang menjadi jembatan antara perusahaan dengan publiknya. Oleh karena itu, Public Relations mempunyai peranan penting dalam suatu perusahaan, seorang Public Relations harus bisa membangun dan membina hubungan yang baik dengan publiknya. Sebagaimana definisi Public Relations menurut Cutlip, Center & Brown yang dikutip oleh Soemerat dan Ardianto dalam buku Dasar-Dasar Public Relations, mengemukakan:

“Public Relations adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya.” (Soemerat dan Ardianto 2002:14).

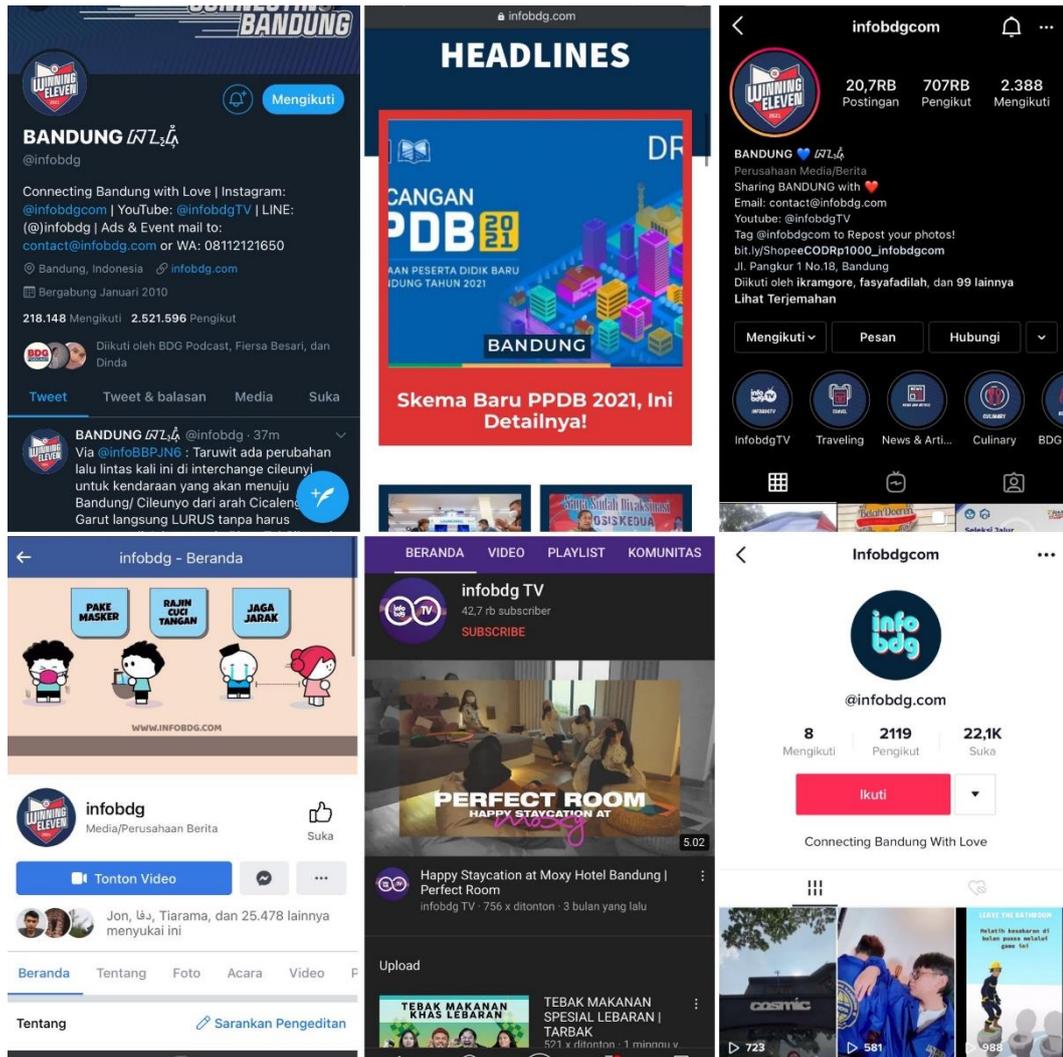
Infobdg berusaha untuk selalu menjadi penghubung informasi yang dapat dipercaya bagi masyarakat khususnya warga Bandung dimanapun dan kapanpun. Dengan tagline “*connecting Bandung with love*” Infobdg semakin variatif dalam upaya untuk dapat menyampaikan informasi mengenai kota Bandung kepada publik secara menyeluruh dengan memanfaatkan berbagai platform online yang ada. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kuns Kurniawan selaku Public Relations Infobdg sebagai berikut :

“...Tujuan kami yaitu berusaha untuk selalu menjadi penghubung informasi yang dapat dipercaya bagi warga Bandung dimanapun dan kapanpun, oleh karena itu Infobdg harus ada diberbagai platform media online seperti twitter yang merupakan awal mula terbentuknya infobdg, kemudian seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan informasi warga Bandung, ada website, instagram, facebook, tiktok, dan juga podcast. Infobdg itu apapun itu yang baru dan berpotensi untuk menimbulkan massa, infobdg harus ada.”. (Sumber: wawancara, Kuns Kurniawan, 30 Maret 2020)

Infobdg memberlakukan *treatment* atau perawatan yang berbeda-beda pada setiap platform online yang digunakannya dalam memberikan informasi kepada masyarakat Bandung. Setiap platform online yang digunakan Infobdg memiliki segmentasi nya masing-masing. Infobdg menarik untuk diteliti karena Infobdg selalu memiliki inovasi dalam pengelolaan setiap platform online yang digunakannya sehingga setiap platform yang digunakan dapat menjangkau khalayak-nya. Dapat dilihat pada gambar berikut merupakan tampilan platform

online yang digunakan Infobdg meliputi twitter, website, instagram, facebook, youtube, dan tiktok.

Gambar 1.1
Infobdg di Berbagai Platform Online



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2021

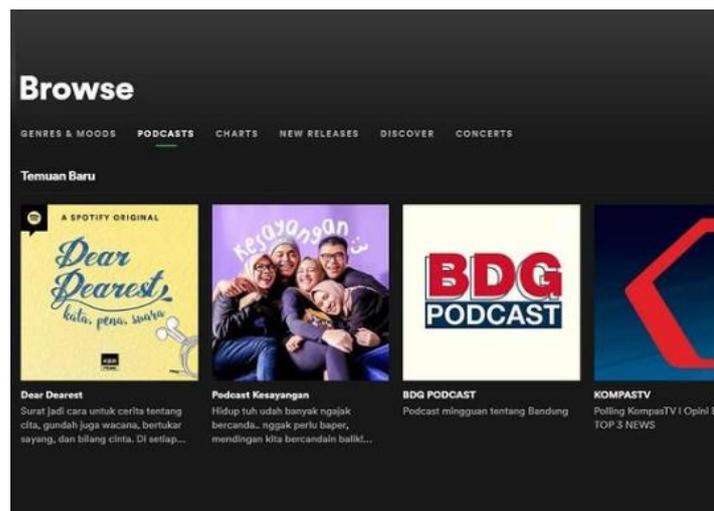
Podcast merupakan salah satu platform online yang digunakan Infobdg dalam melakukan penyebaran informasi kepada khalayaknya. BDG PODCAST merupakan podcast mingguan tentang Bandung, dibuat pertama kali pada Juli 2019.

Penyebaran informasi dengan menggunakan *platform* berbasis audio seperti podcast memiliki keunggulan tersendiri yaitu pendengar dapat mendapatkan informasi yang diinginkan sekaligus sebagai alternatif sarana hiburan karena podcast sudah mulai diminati saat ini.

BDG PODCAST menarik untuk diteliti karena membahas berbagai informasi tentang Bandung yang dikemas dengan konten-konten menarik yang bervariasi dengan pembahasan yang ringan, kekinian, menghibur, sekaligus informatif bagi masyarakat. Terdapat beberapa segmen yang dibuat dalam BDG PODCAST yaitu diantaranya: BGST (*Bandung Ghost Story*), Halu Halu Bandung, dan BCT (*Bandung Culture Talk*). BDG PODCAST menempati *discover* atau temuan-temuan baru di Spotify (periode 3 Februari 2021)

Gambar 1.2

BDG PODCAST di Temuan Baru Spotify

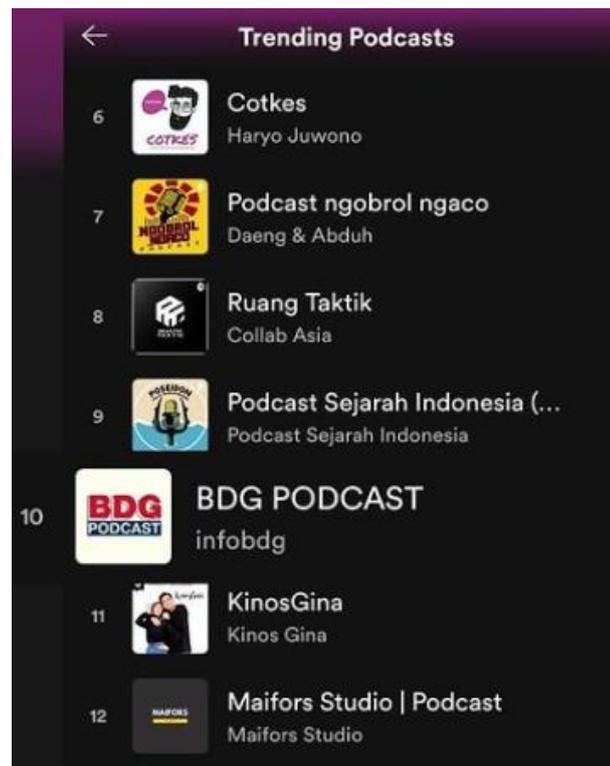


Sumber: Instagram @bdgpodcast, 2021

Selain itu BDG PODCAST juga menempati top 10 *trending* podcast di Spotify (periode 8 Februari 2021).

Gambar 1.3

BDG PODCAST Top 10 Trending Podcast Spotify



Sumber: Instagram @bdgpodcast, 2021

Podcast dalam bahasa Indonesia memiliki padanan kata siniar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), siniar adalah telekom siaran (berita, musik, dan sebagainya) yang dibuat dalam format digital (baik audio maupun video) yang dapat diunduh melalui internet. Secara umum, podcast merupakan sebuah rekaman audio yang dapat didengarkan oleh semua orang. Podcast sudah menjadi populer belakangan ini terutama di kalangan anak muda. Bagi penggemar podcast, podcast

adalah cara bagi mereka untuk menikmati konten menarik secara gratis. Sedangkan bagi penerbit podcast, podcast adalah cara yang efektif untuk menjangkau banyak pendengar (Rury Yuliatr, <http://disdik.jabarprov.go.id/news/2227/mengenal-podcast-yang-semakin-populer>, 28 Juni 2020).

Daily Social bekerjasama dengan JakPat Mobile Survei Platform melakukan survei pada tahun 2018 untuk mendapatkan detail mengenai ketertarikan dan tanggapan masyarakat di Indonesia mengenai podcast. Survei ini dilakukan terhadap 2023 pengguna *smartphone* di Indonesia. Dari hasil survei tersebut ditemukan beberapa fakta menarik, di antaranya sebesar (67,97%) responden sudah familiar dengan podcast. Sebesar (80,82%) responden sudah mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir. Terkait alasan mendengarkan podcast, sebanyak (65%) responden mendengarkan podcast karena konten yang bervariasi, selama ini dalam ekosistem podcast lokal, konten yang disajikan cukup bervariasi antara lain konten hiburan, teknologi, motivasi, dan edukasi. Kemudian karena fleksibilitas akses sebanyak (62,69%) menjadi faktor yang dianggap menarik bagi responden sehingga mereka memilih podcast (Survei Daily Social, 2018 <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>).

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, komunikasi dengan menggunakan media mengalami kemajuan yang cukup pesat. Kehadiran internet memberikan kontribusi yang besar di bidang teknologi komunikasi dan informasi saat ini, salah satunya dengan kemunculan media online. Kehadiran media online mempermudah setiap orang dalam mendapatkan informasi secara

luas. Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi yang diinginkan membuat media online menjadi sangat diminati pada masa sekarang ini.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terkait informasi terkini menjadi alasan kehadiran media-media online di berbagai kota di Indonesia. Saat ini setiap kota di Indonesia pasti memiliki media online lokal yang menjadi sumber informasi terbaru dan terkini mengenai seputar kota tersebut. Media online menjadi sumber informasi yang dapat diakses di manapun dan kapanpun. Berbeda dengan media cetak yang hanya menampilkan informasi berupa teks dan gambar, media online dapat menampung berbagai informasi melalui berita teks, gambar, video, maupun audio. Salah satu konten digital berupa audio yang tengah diminati saat ini adalah podcast. Sebagaimana bentuk media yang lain, podcast dapat berperan sebagai sumber informasi, edukasi dan juga hiburan bagi masyarakat.

Podcast menjadi salah satu media baru yang digunakan Infobdg dalam penyebaran informasi sekaligus alternatif konten hiburan untuk menjangkau khalayaknya. Selain itu, media berbasis internet seperti podcast, dapat menciptakan lebih banyak peluang untuk komunikasi dua arah atau bahkan multi arah. Podcast sudah mulai marak diminati saat ini, dengan adanya minat masyarakat terhadap podcast di masa sekarang ini siapapun dapat membuat podcast, bahkan *public figure, influencer, content creator*, instansi, sudah ramai membuat podcast. Minat serta keterlibatan pendengar mempunyai peranan penting dalam berhasil tidaknya strategi Public Relations Infobdg untuk mengemas informasi yang menarik perhatian khalayak sehingga pesan yang disampaikan melalui podcast dapat diterima dengan baik dan pada akhirnya dapat menarik minat khalayak untuk

mendengarkan BDG PODCAST. Dalam hal ini diperlukan strategi Public Relations yang tepat untuk dapat menarik minat dan menjangkau target *audience*-nya.

Menurut Cutlip dan Center yang dikutip oleh Rhenald Khasali dalam bukunya Manajemen Public Relations, proses public relations selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian yaitu: *fact finding*, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi (Kasali 2008:82).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Strategi Public Relations Infobdg Melalui “BDG PODCAST” dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan pokok masalah yang diteliti sebagai berikut yang terbagi dalam rumusan masalah makro (umum) serta rumusan mikro (khusus).

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana strategi Public Relations Infobdg melalui “BDG PODCAST” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Adapun subfokus yang diangkat berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *fact finding* (**pencarian fakta**) yang dilakukan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung?
2. Bagaimana **perencanaan** Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung?
3. Bagaimana **komunikasi** yang disampaikan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung?
4. Bagaimana **evaluasi** yang dilakukan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui serta menganalisa lebih dalam mengenai strategi Public Relations Infobdg melalui “BDG PODCAST” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui serta menganalisa lebih dalam mengenai strategi Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang peneliti rumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *fact finding* (**pencarian fakta**) yang dilakukan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **perencanaan** Public Relations Infobdg Melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui **komunikasi** yang disampaikan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui **evaluasi** yang dilakukan Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kegunaan yang bermanfaat sesuai dengan tujuan peneliti. Adapun kegunaan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian yang dilakukan adalah untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan penelitian ini pun diharapkan dapat berguna

bagi penelitian-penelitian mengenai strategi public relations maupun penelitian yang relevan selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik secara teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam menganalisis permasalahan dan mencari jawabannya mengenai strategi Public Relations Infobdg melalui “Bdg Podcast” dalam menarik minat pendengar di Kota Bandung.

2. Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dijadikan sebagai referensi atau *literature* bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema sejenis.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini berguna bagi masyarakat sebagai informasi atau referensi mengenai adanya media online Infobdg yang memiliki berbagai *platform online* sebagai media informatif untuk masyarakat.

4. Kegunaan Bagi Infobdg

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Infobdg, baik dalam hal-hal masukan, saran, dan bagi pengembangan perusahaan Infobdg agar lebih baik lagi.