

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi Komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tanpa strategi komunikasi keberhasilan kegiatan komunikasi tidak akan berhasil karena keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi dapat menimbulkan pengaruh negatif, sementara untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Strategi komunikasi menurut peneliti adalah suatu rancangan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk menghasilkan kegiatan komunikasi yang efektif.

Menurut pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam buku *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* karya Hafied Cangara , strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi komunikasi melalui pesan dalam suatu kegiatan komunikasi sangat penting untuk disusun dengan matang agar mudah diterima oleh khalayak. Melalui pesan yang mudah diterima dan dimengerti akan terciptanya pemahaman akan tujuan suatu kegiatan komunikasi.

Strategi komunikasi melalui media pun sangat berpengaruh penting karena melalui penggunaan media sebagai alat penyalur pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh khalayak. Pentingnya lembaga bekerjasama dengan stakeholder internal dan juga eksternal sehingga dapat membantu terciptanya tujuan komunikasi yang optimal.

Dengan mengoptimalkan berbagai platform media sosial seperti *website*, *youtube* dan *instagram* lembaga dan juga bekerjasama dengan media massa online sehingga khalayak dapat menerima pesan dengan mudah melalui media. Selain itu, untuk stakeholder eksternal lembaga dapat bekerjasama dengan berbagai universitas dimana mahasiswa diberi wawasan dan juga dapat berpartisipasi melalui program yang diadakan. Di sini peran media sangat penting karena melalui media dapat menciptakan sinergitas yang baik dalam mensosialisasikan program, kegiatan dan memperluas wawasan.

Adanya isu mengenai *Analog Switch Off (ASO)* dalam memasuki era digitalisasi membuat peran KPI/KPID sangat penting bagi dunia penyiaran demi terciptanya konten siaran yang sehat, positif, dan inspiratif namun dalam P3SPS belum ada regulasi mengenai aturan mengenai siaran digital sementara akan ada banyak stasiun Televisi dalam siaran digital sehingga akan menambah tugas di bidang pengawasan isi siaran. Dengan kurangnya anggota pengawas lembaga, yang mana di KPID Jabar hanya memiliki empat orang pemantau siaran, sangat penting publik untuk ikut bekerjasama, berpartisipasi dalam melakukan pengawasan. Oleh sebab itu, penting bagi KPI/KPID dalam merancang strategi

komunikasi mengenai peran, sistem dan regulasi KPI/KPID karena tanpa perencanaan strategi komunikasi suatu kegiatan tidak akan berjalan secara efektif.

Seperti halnya yang terjadi beberapa waktu lalu mengenai maraknya acara pernikahan artis yang ditayangkan stasiun Televisi, ini akan menjadi persepsi yang salah bila khalayak tidak memahami apa dan bagaimana tugas dari KPI/KPID itu sendiri sementara bila dilihat dari aturan P3SPS sudah jelas bahwa tayangan tersebut tidak sesuai aturan P3SPS pasal 11 ayat 1 mengenai Standar Program Siaran yang menyatakan program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan juga tidak sesuai dengan pasal 13 ayat 2 SPS (Standar Program Siaran) yang menyatakan program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik. Dan yang terjadi beberapa waktu lalu mengenai KPID melarang atau membatasi beberapa lagu lokal dan barat diputar di radio. Ini akan menimbulkan pemahaman yang salah bila khalayak tidak memahami bagaimana dan apa peran KPI/KPID bagi penyiaran yang mana peran KPI/KPID memiliki regulasi dalam mengawasi setiap tayangan yang sesuai dengan amanat Undang-Undang Penyiaran No 32 tahun 2002 dan juga aturan penyiaran P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Melalui strategi komunikasi pesan yang mudah dimengerti dan juga diterima oleh khalayak, khalayak akan dapat dengan mudah memahami peran dan regulasi KPID dalam dunia penyiaran.

Akan menjadi hal yang penting untuk KPID Jabar membuat perencanaan strategi yang matang dalam menghadapi ASO atau siaran digital. Salah satunya

dengan menjalin kerjasama dengan stakeholder internal dan eksternal. Stakeholder internal seperti mengoptimalkan kinerja organisasi selain mengoptimalkan media sosial KPID dan eksternal seperti kerjasama dengan kampus-kampus, media online . Melalui program MAGER(Magang Rasa Kerja), mahasiswa sebagai kaum milenial yang memiliki tingkat intelektual tersendiri dan sebagai representasi publik yang aktif sehingga dapat ikut berpartisipasi melakukan pengawasan dan juga mengedukasi publik mengenai KPI/KPID.

Peran mahasiswa dalam mengikuti program MAGER sangat penting bagi KPID karena mahasiswa sebagai kaum milenial yang aktif dan mudah dalam memperoleh juga memproduksi informasi melalui konten-konten yang inspiratif sehingga dapat ikut berpartisipasi melalui program MAGER. Maka strategi komunikasi melalui pembekalan kerja kepada mahasiswa program MAGER pun penting untuk dilakukan agar tercapainya tujuan komunikasi.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti Program MAGER (Magang Rasa Kerja) yang mana dalam program magang ini mahasiswa dibekali wawasan mengenai KPID dan dapat dipraktekkan sesuai dengan tupoksi di masing-masing bidang seperti Humas, Jurnalistik dan Pengawasan.

Oleh sebab itu, peneliti bertujuan untuk meneliti lebih mendalam mengenai stategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) provinsi Jawa Barat dalam memberi wawasan mengenai KPI/KPID dalam menghadapi era digitalisasi dan juga sekaligus memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai Komisi Penyiaran Indonesia daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat dalam melakukan pengawasan tentang isi siaran yang

sesuai dengan Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang tercantum pada aturan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Penyiaran (P3-SPS).

Melalui penelitian ini peneliti memiliki fokus penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi KPID Jawa Barat melalui program MAGER agar memahami peran KPID Jabar melalui program MAGER dengan judul **“Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan pokok masalah yang akan diteliti dan terbagi ke dalam rumusan masalah makro dan rumusan masalah mikro sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Dari uraian-uraian penjelasan diatas yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan makro sebagai berikut. “ Bagaimana Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Mahasiswa Program MAGER? ”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Untuk memper/mudah pembahasan hasil penelitian, maka inti masalah tersebut peneliti jabarkan dalam beberapa sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana **Pesan** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER?
2. Bagaimana **Media** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER?
3. Bagaimana **Hambatan** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER ?
4. Bagaimana **Evaluasi** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Dari permasalahan di atas maka maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menganalisa dan menjelaskan mengenai Strategi Komunikasi KPID Jabar Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER .

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **Pesan** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER.

2. Untuk mengetahui **Media** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER .
3. Untuk mengetahui **Hambatan** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER .
4. Untuk mengetahui **Evaluasi** Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna, baik secara teoritis, praktis dan juga lembaga yang terkait.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Kegunaan penelitian secara teoritis berguna sebagai pengembang untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi secara umum, Ilmu Komunikasi Organisasi khususnya mengenai Strategi Komunikasi KPID Jabar Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, dan untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai literatur terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

1.4.3 Kegunaan Lembaga

Penelitian ini secara praktis berguna bagi lembaga Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat sebagai referensi atau evaluasi khususnya mengenai Strategi Komunikasi KPID Jabar Melalui Pembekalan Kerja Kepada Mahasiswa Program MAGER.