BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio ialah suatu bentuk usaha untuk mempertahankan eksistensinya dikalangan masyarakat kota Bandung. Keberhasilan *event* ini ditentukan oleh strategi komunikasi yang dilakukan oleh bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung. Strategi komunikasi yang efektif didasari oleh adanya perencanaan yang matang dari kegiatan strategi komunikasi tersebut.

Bintang Radio Indonesia yang diselenggarakan RRI, adalah lomba bernyanyi yang pesertanya diseleksi dari RRI seluruh Indonesia, dengan demikian membuka peluang bagi remaja Indonesia untuk berperan serta pada kegiatan ini. Tahun ini diharapkan para Kepala RRI diseluruh Indonesia dapat meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak khususnya pihak dinas pendidikan terkait untuk dapat meningkatkan animo pelajar SMA dan SMK setempat menjadi peserta kompetisi Bintang Radio tahun 2018.

Direktorat Layanan dan Pengembangan Usaha LPP RRI terus berupaya agar penyelenggaraan Bintang Radio 2018 semakin menjadi tontonan yang menarik dan berkualitas. Tahun 2018 ini Grand Final Bintang Radio diselenggarakan di Kota Jakarta, ini diharapkan dapat menghasilkan penyanyi yang bekualitas guna memperkaya industri musik tanah air.

Bintang Radio merupakan acara tahunan yang di selalu dilaksanakan oleh RRI Indonesia di beberapa kota besar. Selain untuk tetap mempertahankan eksistensinya melalui *event* Bintang Radio, RRI juga berharap dengan ada kompetisi ini dapat menjadi wadah bagi anak-anak muda untuk mengekspresikan dan berkrativitas menyalurkan bakatnya. Sehingga bakat dan talenta anak muda tidak menjadi sekadar hobi saja, tetapi prestasi yang membanggakan.

Dikutip dari sebuah berita yang di terbitkan oleh radarcirebon.com yang berjudul "RRI Kembali Gelar Kontes Bintang Radio", ketua panitia kontes Bintang Radio, Dewiwin menyatakan bahwa Bintang Radio sendiri merupakan program tahunan RRI sebagai penyiaran public. RRI juga selalu menyelenggarakan kompetisi bintang radio yang diharapkan menjadi wadah bagi anak muda untuk menyalurkan bakat dan talentanya di bidang tarik suara. Bintang Radio RRI adalah Pelopor lomba bernyanyi ditanah air, dimulai sejak tahun 1951 atau 66 tahun silam. Penilaian Bintang Radio RRI berbasis pada kualitas vokal dan tehnik bernyanyi yang paripurna. Sistim penilaian ini yang menjadi jaminan bahwa juara Bintang Radio adalah penyanyi profesional. Seleksi berjenjang yang diawali dari tingkat RRI daerah hingga ke tingkat nasional menjadikan juara Bintang Radio adalah Juara bernyanyi Indonesia.

Tahun 2018 ini kota Jakarta akan menjadi tuan rumah dan saksi kompetisi akbar Bintang Radio, kategori kompetisi adalah Pop Indonesia . Penyanyi yang tampil pada tingkat final nasional adalah utusan Stasiun RRI tipe A – B dan C untuk pria dan wanita. Seperti tahun sebelumnya Juara Bintang Radio Indonesia juga diberi kesempatan tampil dalam Internasional ABU (Asean Broadcasting Union)

Radio Song Festival, yakni kompetisi bagi juara bernyanyi di Radio – Radio di Asia Pasifik.

Ditengah perkembangan teknologi masa kini radio harus bersaing ketat dengan televisi swasta, media cetak dan juga dengan portal berita online yang kian marak. Selain itu radio juga dihadapkan pada kenyataan bahwa mereka pun harus bersaing ketat dengan sesama radio swasta lainnya. Frekuensi radio dikota Bandung terbilang cukup padat. Dengan jumlah penduduk lebih dari dua juta jiwa, dan jumlah radio swasta yang mencapai empat puluh sembilan radio swasta yang terdapat di kota Bandung. Namun bukan berarti posisi radio menjadi surut. Justru sebaliknya ini merupakan suatu tantang untuk bisnis radio siaran untuk tetap mempertahankan eksistensinya dihati para pendengar dengan cara meningkatan kreativitas radio tersebut dalam mengelola bisnis radio siaran.

Pertumbuhan radio swasta yang pesat membuat RRI Bandung sebagai lembaga penyiaran publik milik pemerintah memiliki banyak pesaing sehingga pada akhirnya mengalami penurunan jumlah pendengar. Saat ini masyarakat banyak yang lebih memilih mendengarkan radio swasta dibandingkan mendengarkan siaran di RRI Bandung. Strategi komunikasi melalui *event* Bintang Radio merupakan upaya RRI sebagai radio pemerintah tetap berusaha hadir dan tetap mempertahankan eksistensinya pada saat pamor media pemerintah yang terbilang kalah saing dengan radio swasta dalam segi hiburan tetapi tidak menjadikan RRI begitu saja dilupakan oleh masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh RRI Bandung untuk mempertahankan eksistensinya, salah satunya ialah melalui *event* tahunan Bintang Radio.

Berbagai upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya dikalangan masyarakat RRI Bandung dengan menyediakan pelayanan berupa siaran melalui program-program radio yang berkualitas sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi serta hiburan masyarakat kota Bandung. Sebagai radio pemerintah RRI juga harus menjadi lembaga yang dapat memfasilitasi dan memberikan pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, menjadi rumah bagi rakyat Indonesia dan menjadi bagian dalam pelastarian budaya, hiburan dan pendidikan untuk masyarakat Indonesia.

Meski sempat mengalami penurunan jumlah pendengar, Radio Republik Indonesia Bandung masih tetap bertahan sebagai penggerak partisipasi publik, penggalangan kekerabatan sosial, sumber solusi permasalahan publik, dan inspirator kebijakan kota. Tak hanya itu, radio negeri ini juga dikenal sebagai alun - alun komunikasi dan demonstrasi publik.

Strategi komunikasi disesuaiakan dengan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, RRI Bandung berusaha untuk mempertahankan eksistensinya dikalangan pendengar radio di kota Bandung. Strategi adalah perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai dengan melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendifinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi terutama komunikasi (media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Seorang pakar perencaanaa komunikasi Middleton (1980) dalam buku Hafied Cangara yang berjudul, Perencanaan & Strategi Komunikasi menyatakan bahwa:

"Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan sampai dengan pengaruh (efek) yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal".

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah satu atau keliru maka hasil yang di peroleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Menetapkan tujuan harus dimulai dengan apa yang ingin dicapai, penetapan tujuanakan menentukan isi pesan yang akan disampaikan, selanjutnya bagaimana menyampaikan dan dimana disampaikan akan menentukan saluran atau media yang akan dipilih.

Model perencanaan komunikasi alur tanda (?) terdiri dari beberapa langkah diantaranya, yakni identifikasi target khalayak (audience), tetapkan tujuan yang ingin dicapai, pikirkan apa yang harus termuat pada pesan, pilih saluran (media

mix) yang tepat, evaluasi (ukur keberhasilan yang dicapai). Strategi komunikasi adalah Perencanaan komunikasi dengan Manajemen komunikasi seperti halnya dengan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia Bandung dalam mempertahankan eksistensinya melalui *event* Bintang Radio bahwa jika melakukan strategi komunikasi tentunya dibutuhkan;

Identifikasi target khalayak, sebelum melancarkan strategi pihak LPU RRI Bandung memerlukan pemahaman siapa sasaran yang akan dituju dengan melakukan identifikasi target khalayak. Identifikasi target khalayak atau biasa disebut pemetaan pemangku kepentingan (*Stakeholders mapping*). Tujuan yang ingin di capai, setelah ada gambaran mengenai sasaran khlayak, tahap berikutnya ialah RRI harus menetapkan tujuan yang ingin di capai. Dimana tujuan harus jelas (*clear vision*), dan perubahan harus dikehendaki bisa terbaca (*change readness*), untuk itu diperlukannya komitmen yang tinggi (*level of commitment*) untuk mendorong ke arah tujuan yang ingin dicapai.

Pesan yang disampaikan, pesan RRI regional Bandung melalui kegiatan strategi komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lainnya. Dengan mahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut maka perencaanan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnnya. Untuk itu diperlukan kunci-kunci pesan yang cocok dengan sasaran khalayak.

Media (saluran) yang digunakan, pengunaan media / saluran oleh pihak RRI regional Bandung melalui *event* Bintang Radio adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Memilih saluran yang tepat terlebih dahulu harus mengetahui informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata mengetahui dan memeiliki media yang di gunakan dalam kegiatan.

Evaluasi (ukur keberhasilan yang dicapai), evaluasi kegiatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi RRI Bandung merupakan bagian dari manajemen secara umum manajemen harus memahami arah organisasi yang diinginkan sebelum mulai melangkah ke arah tersebut. Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang di peroleh. Apakah khalayak sudah menerima dan mengerti isi pesan yang disampaikan, dan apakah ada perubahan perilaku dan sikap yang ada pada khalayak sesuai dengan tujuan program.

Dengan model perencanaan alur tanda (?) penulis berharap dapat memahami strategi komunikasi Radio Republik Indonesia regional Bandung melalui *event* Bintang Radio dalam mempertahankan eksitensinya dimasyarakat. Adapun metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Radio Republik Indonesia dipilih sebagai objek penelitian karena radio ini merupakan radio tertua dan pertama yang ada di Indonesia, selain itu juga dikarenakan peneliti pada tahun lalu mengikuti praktek kerja lapangan di RRI regional Bandung.

Dari permasalahan latar belakang tersebut, maka peneliti membuat judul penelitian sebagai berikut : "Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia

Regional Bandung Melalui Event Bintang Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Masyarakat".

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana strategi komunikasi bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* Bintang Radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berikut rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti secara lebih spesifik :

- 1. Bagaimana **identifikasi target khalayak** bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?
- 2. Bagaimana **tujuan yang ingin dicapai** bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?
- 3. Bagaimana **pesan yang disampaikan** bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?
- 4. Bagaimana **media** (**saluran**) **yang digunakan** bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?

5. Bagaimana **evaluasi** bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk analisis dan menjelaskan mengenai bagaimana strategi komunikasi bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

1.3.2 Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengetahui identifikasi sasaran khalayak bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.
- 2. Untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.
- 3. Untuk mengetahui pesan yang ingin disampaikan bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

- 4. Untuk mengetahui media yang digunakan bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.
- 5. Untuk mengetahui evaluasi kegiatan bidang layanan dan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung melalui *event* bintang radio dalam mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

1.4 Kegunaan Teoritis

1.4.1 Kegunaan Toritis

Penelutian ini secara teoritis diharapkan dapat berguna dalam menambah bahan kajian lebih lanjut tentang ilmu komunikasi secara umum, terutama dalam kajian komunikasi massa dan secara khusus memberikan sumbangsih dalam bidang jurnalistik sebagai kajian tentang analisis studi deskriptif.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai bentuk aplikasi dari ilmu komunikasi dalam konsentrasi jurnalistik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bekal pengetahuan, pemahaman, dan wawasan mengenai analisis studi deskriptif.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia sebagai literatur, terutama bagi penelitian selanjutnya di bidang ilmu komunikasi khususnya pada konsentrasi jurnalistik agar terus disempurnakan mengenai gambaran analisis studi deskriptif.

3. Bagi Khalayak

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan secara menyeluruh mengenai kajian tentang analisis studi deskriptif. Sehingga khalayak mampu menafsirkan dengan baik suatu strategi komunikasi yang dilakukan oleh media massa.

4. Bagi RRI Bandung

Kegunaan penelitian ini sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi bidang layanan pengembangan usaha Radio Republik Indonesia Bandung agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan dengan radio – radio swasta di Bandung.