

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, media atau alat komunikasi berkembang dengan pesat pada abad ke-21 ini. Dalam konteks media massa hadir beberapa teknologi dalam Dunia penyiaran, dan salah satunya adalah radio.

Radio siaran adalah salah satu dari alat komunikasi. Di radio ini muncul proses komunikasi antara penyampai pesan atau komunikator dengan penerima pesan atau komunikan melalui media, dalam hal ini adalah radio (Bachtiar, 2006:105).

Pada penjelasan-penjelasan di atas, Peneliti dapat mengartikan bahwa radio dapat menjadi salah satu media yang cukup efektif guna menyampaikan pesan secara masif dan berkala kepada khalayak yang di sini disebut sebagai pendengar atau *audiens*. Adapun penjelasan Radio sendiri masih dapat dijelaskan sebagaimana tercatat dalam buku “*RADIO The Untold Stories*” yang ditulis oleh Masduki sebagai berikut,

“Radio sebagai alat pemancar gelombang elektromagnetik yang membawa muatan signal suara yang dibentuk dari *microphone*, kemudian pancaran ini diterima sistem antena yang diteruskan ke pesawat penerima (radio) dan sinyal radio itu diubah kembali menjadi suara atau audio dalam *loudspeaker*” (Wahyudi, 1994:16).

Adapun fokus utama pada penelitian ini adalah Strategi Komunikasi dimana dalam bagian ini peneliti harus menjelaskan terlebih dahulu terkait dengan apa itu strategi.

Strategi berasal dari asal kata Yunani klasik, "stratos," yang mengacu pada tentara, dan kata "agein," yang mengindikasikan tindakan memimpin. Oleh karena

itu, konsep strategi merujuk pada kepemimpinan dalam konteks militer. Dari sini, muncul istilah "strategos," yang merujuk pada pemimpin tertinggi dalam militer. Oleh karena itu, Peneliti dapat menyimpulkan strategi dalam konteks ini adalah sebuah konsep militer yang diartikan sebagai seni kepemimpinan dalam perang oleh para jenderal, atau sebagai perancangan untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran..

Selain penjelasan sebelumnya, strategi juga dapat diartikan sebagai seni menggunakan alat pertempuran guna mencapai tujuan dalam perang (Clausewitz, 1831). Karena itu, penelitian ini difokuskan pada seni mempersiapkan hal-hal yang diinginkan oleh objek penelitian, seperti yang terjadi dalam situasi perang.

Dalam konteks ini, strategi juga dapat diuraikan oleh para praktisi. Para ahli strategi tidak hanya memiliki latar belakang Militer, namun juga yang bergerak pada bidang lain. Sebagai contoh, Seorang ahli strategi, juga konsultan strategi seperti *Henry Kissinger* yang rupanya berlatar belakang ahli sejarah, *Thomas Schelling* berasal dari bidang perekonomian, dan *Albert Wohlsetter* yang berlatar belakang seorang matematikawan.

Dari sudut pandang ini, peneliti memiliki kesempatan untuk mengembangkan pemahaman tentang strategi, yang pada akhirnya dapat dihubungkan dengan masalah komunikasi.

Dalam upaya memperbaiki masalah komunikasi, para perencana harus menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan strategi pemanfaatan sumber daya komunikasi yang tersedia demi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) mengartikan strategi komunikasi sebagai suatu rencana yang

dibentuk untuk mengubah perilaku manusia dalam skala besar melalui penyampaian ide-ide inovatif. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat pakar perencanaan komunikasi, Middleton (1980), yang mengemukakan bahwa strategi komunikasi adalah gabungan terbaik dari semua elemen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran (media), penerima, dan dampak yang diinginkan, semuanya dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang puncak.

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti memilih menggunakan salah satu model yang dikembangkan oleh Assifi dan French pada tahun 1982 (Nasution:1994). Model ini tampak sederhana, berbentuk linear, namun menggambarkan tahapan-tahapan yang sangat terurut mulai dari awal hingga akhir.

Model ini dimulai dengan;

1. Analisis masalah,
2. Analisi khalayak,
3. Menetapkan tujuan,
4. Memilih media,
5. Mengembangkan pesan,
6. Memproduksi media,
7. Melaksanakan program,
8. Melakukan monitoring dan evaluasi.

Dari model perencanaan komunikasi di atas dapat terlihat bahwa proses strategi atau perencanaan ini dapat dilihat dengan lebih terperinci dan runtut sampai tahap akhir yakni monitoring dan evaluasi. Adapun dari delapan hal yang disebutkan dalam model ini, peneliti hanya mengambil 5 diantaranya.

Adapun Radio yang menjadi objek dalam penelitian ini dalam melakukan strategi komunikasi guna menganalisis minat khalayak pada penelitian ini adalah Ardan Radio Bandung.

Ardan Radio 105.9 FM Bandung, Jawa Barat merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang media massa yang menyalurkan informasi kepada para pendengar sebagai khalayak sasaran. Ardan Radio bersegmentasi remaja antara usia 15-29 tahun di Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi komunikasi melalui salah satu program Ardan Radio yang bernama RIAUW (Rikues La Yauw).

Adanya program RIAUW (Rikues La Yauw) Ardan Radio 105.9 FM Bandung, tepatnya sekitar tahun 2000an, dengan mengambil konsep nama program berasal dari nama-nama jalan yang ada di kota Bandung sebagai nama dari program yang ada ini menjadi salah satu identitas Ardan Radio 105.9 FM Bandung ini.

Program RIAUW (Rikues La Yauw) ialah satu-satunya program reguler Ardan Radio 105.9 FM Bandung dengan menyajikan waktu yang berbeda pada program lainnya yang biasanya hanya memakan waktu selama 3 jam saja, berbeda dengan program RIAUW yang memiliki durasi on air selama 4 jam mulai dari pukul 6 sore hingga pukul 10 malam WIB. Pada program ini khalayak pendengar mampu merequest semua genre lagu yang ada, ini menjadi salah satu kelebihan dari programnya.

Fokus yang ditargetkan oleh peneliti adalah mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Ardan Radio 105.9 FM Bandung dengan hadirnya program RIAUW dalam menarik minat pendengar Radio di Kota Bandung. Pada

dasarnya peneliti mencoba untuk mengkaji beberapa aspek sesuai dengan yang akan diselaraskan dengan model yang menjadi penuntut dalam penelitian ini (Assifi dan French) yaitu Analisis Masalah, Analisis Khalayak, Tujuan, Pesan dan Evaluasi pada Program RIAUW tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dengan diuraikannya latar belakang masalah di atas, maka peneliti menentukan bahwa pertanyaan makro dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Strategi Komunikasi Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program RIAUW (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?”**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Guna menganalisa fokus serta hasil penelitian pada rumusan masalah makro, maka peneliti telah menentukan rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana **Analisis Masalah** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program RiauW (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?
2. Bagaimana **Analisis Khalayak** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program RiauW (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?
3. Bagaimana **Tujuan** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program RiauW (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?

4. Bagaimana **Pesan** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?
5. Bagaimana **Evaluasi** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguraikan mengenai Strategi Komunikasi Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung. Sementara, tujuan dari penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Analisis Masalah** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui **Analisis Khalayak** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui **Tujuan** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui **Pesan** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung
5. Untuk mengetahui **Evaluasi** Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riau (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, secara Teoritis dan Praktis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini diharapkan berguna untuk mengembangkan wawasan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi secara umum. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan fenomena komunikasi yang ada, khususnya meningkatkan pengembangan ilmu mengenai strategi komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Untuk Peneliti

Penelitian ini dibuat Peneliti guna mengasah pola pemikiran dan penganalisaan yang terkait dengan Strategi komunikasi dalam menggunakan Media Massa. Dengan harap kebergunaan, dan kemanfaatan dari Penelitian ini dapat berguna di waktu mendatang dalam kajian ilmu komunikasi khususnya terkait dengan Strategi komunikasi dan media massa.

2. Kegunaan Untuk Akademik

Penelitian ini berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum. Peneliti mengharapakan penelitian ini berguna secara khusus sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

3. Kegunaan Untuk Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Ardan Radio 105.9 FM Bandung khususnya pada program Riauw (Rikues La Yauw) untuk mengembangkan serta menjadi evaluasi bagi Strategi Komunikasi Ardan Radio 105.9 FM Melalui Program Riauw (Rikues La Yauw) Dalam Menarik Minat Pendengar di Kota Bandung.

4. Kegunaan Untuk Masyarakat

Adapun Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan wawasan khususnya pada bidang ilmu komunikasi secara umum.