BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mengemukakan tentang Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*. Dimana Peneliti menggunakan teknik analisis deskripif sebagai alat ukur untuk menganalisa dan membahas data yang telah diperoleh. Penelitian mengenai Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air,* menitikberatkan kepada program Off Air, dimana terdapat fakta, faktor pendukung, serta latar belakang yang menjadikan program Off Air sebagai salah satu program yang diminati. Peneliti telah melakukan wawancara dengan orang-orang yang terlibat dengan program *Off Air* yang juga merupakan staff CBL Radio 91.7 FM di kantor CBL Radio Bandung, wawancara dilakukan pada bulan juni 2012. Dimana jumlah orang yang di wawancarai oleh Peneliti berjumlah dua orang, yaitu: satu orang dari staff CBL Radio dengan latar belakang sebagai PR , yaitu bertugas sebagai penyebar luas image radio dalam hal ini bekerja sama dengan General Manager yang membantu Peneliti menemukan data fakta di lapangan.

4.1 Deskripsi Informan

Berdasarkan Teknik Sampel Purposif (Purposial Sampling) yang di gunakan oleh Peneliti, Peneliti menetapkan dua orang staff yang berdomisili di Bandung serta mengetahui bidangnya untuk menjadi narasumber atau informan

penelitian, dengan latar belakang staff CBL Radio. Dari sekian banyak jumlah staff hanya beberapa memiliki informasi mengenai program *Off Air* di bandingkan dengan program lain seperti *life style*, gossip dan *music*.

Adapun profil informan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jajang Saputra

Gambar 4.1

Foto Informan Jajang Saputra



Sumber : Arsip CBL Radio

Jajang seorang pria berumur 27 Tahun, jajang seorang Public Relations CBL Radio 91.7 FM Bandung, ia baru menjabat selama 1tahun, sebelumnya pekerjaan memang seorang PR pada perusahaan lain. Selama 1th Jajang menjabat jadi PR CBL Radio, selama itu juga ia yang membuat Ide-ide salah satunya mengenai Off Air.

2. Danny Valentino

Danny Valentino seorang pria berumur 35 Tahun yang telah lama bekerja di CBL Radio 91.7 FM Bandung, dari mulai berdirinya CBL Radio Danny Valentino menjabat sebagai penyiar, lalu menjadi marketing, hingga sekarang ia

menjabat sebagai General Manager sekaligus penyiar CBL Radio 91.7 FM Bandung.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Selanjutnya peneliti akan menguraikan mengenai Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air* berdasarkan hasil wawancara.

4.2.1 Tahap Pencarian Fakta yang Dilakukan oleh *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*.

CBL Radio salah satu radio yang berorientasi pada dunia anak muda maupun kalangan dewasa yang memiliki program *Off Air*, Hal ini mendorong PR CBL Radio 91.7 FM sebagai salah satu Radio yang memberikan program yang *fresh* tentunya dalam memberikan hiburan dan informasi yang berguna melalui Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*. Tahap pencarian fakta diharapkan bahwa PR CBL Radio 91.7 FM dengan menginformasikan kepada khalayak mengenai program *Off Air* dengan memberikan hiburan dan Informasi, dalam hal ini tentu saja program tersebut dapat tercapai melalui pencarian fakta yang dilakukan PR CBL Radio 91.7 FM Bandung dengan Mengenali khalayak sasaran CBL Radio 91.7 FM.

Dalam mewujudkan program *Off Air* tentu saja kita harus mengetahui apakah program tersebut dapat di mengerti oleh halayak sasaran yaitu pendengar dari CBL Radio 91.7 FM, dimana kita tahu sasaran pedengar dari CBL Radio itu sendiri rata-rata dari remaja sampai dewasa, dalam hal ini program *Off Air* dapat di terima oleh pendengarnya baik remaja maupun dewasa karna anak remaja lebih tertarik dengan hiburan seperti : launching band terbaru, konser musik, dan sebagainya. Terkadang di banyak pendengar yang bosan dengan program *Off Air* terihat kurangnya antusiasme yang datang pada acara Off Air, untuk mengetahui hal tersebut dapat dilakukan evaluasi dari kegiatan Off Air sebelumnya, karena itu pihak CBL Radio menyesuaikan selera para pendengar dengan menyajikannya beda dari yang lainnya dalam hal ini tentu saja terkait dengan jangkauan CBL Radio 91.7 FM dalam menjangkau pendengarnya Dalam tahap *fact-finding* ada beberapa hal yang perlu diketahui, yaitu:

a. Segmentasi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung dilihat dari segmentasinya, CBL Radio merupakan radio remaja dan juga dewasa, untuk kegiatan Off Air ini dilihat dari bagaimana acaranya. Namun yang sering diadakan berupa acara *launching* suatu band, ataupun siaran secara Off Air dan On Air, seperti program “citra Indonesia” merupakan program siaran yang dimiliki CBL Radio yang biasanya disiarkan secara Off Air juga disuatu Mall dengan mendatangkan Artis. Secara keseluruhan kegiatan Off Air yang utama

harus dipersiapkan, mencari data mengenai apa yang akan dilaksanakan, seperti dalam melihat apa yang sedang banyak digemari orang-orang mulai dari jenis musik ataupun artisnya melalui sms saran & kritik yang dimiliki CBL Radio khusus untuk menampung aspirasi dari para pendengarnya, disanalah PR CBL Radio dapat melihat permintaan para pendengarnya melalui sms yang masuk tersebut. Dalam pemilihan tempat, tentunya yang mudah di jangkau dan memungkinkan untuk dilaksanakannya kegiatan Off Air tersebut, melihat target sasaran usia dapat terlihat dari banyaknya pengunjung dalam kegiatan sebelumnya yang dilaksanakan oleh PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, untuk memilih waktu yang sesuai dengan acara, CBL Radio biasanya mengadakan kegiatan Off Air pada waktu sore mulai jam 4-7 sore karena melihat jam-jam dimana kebanyakan orang santai, dan hari nya pun biasanya *weekend* karena melihat akan banyak yang menghadiri acara tersebut. Menurut **Danny Valentino** selaku General Manager CBL Radio 91.7 FM, Apabila kita berbicara mengenai jangkauan stasiun maka yang kita maksud adalah jarak maksimum dari antena pemancar ke tempat-tempat dimana siaran masih dapat diterima dengan baik oleh kebanyakan pendengar setiap saat. Jangkauan ini bukan hanya tergantung pada daya pemancar, akan tetapi juga tergantung pada besarnya gangguan radio lokal, bentuk permukaan tanah, rancangan antena dan pesawat penerima, dan sebagainya.

b. Keperluan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Dalam melakukan suatu kegiatan setiap Radio memiliki kebutuhan yang berbeda, dalam hal ini bagaimana keperluan PR CBL Radio 91.7 FM dalam memenuhi kegiatan Off Air agar berjalan dengan lancar. Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, CBL Radio memudahkan pedengarnya untuk bisa menikmati secara langsung program yang dimiliki CBL Radio yaitu dengan kegiatan *Off Air*, CBL Radio juga memiliki kegiatan rutin melalui *Off Air* yaitu siaran langsung melalui program Citra Indonesia yang dimiliki CBL Radio yang biasa diadakan di beberapa mall di bandung yang dilaksanakan secara bergantian, program Citra Indonesia ini merupakan program CBL Radio dengan menyajikan lagu-lagu Indonesia dan dihadiri oleh artis atau penyanyinya secara langsung, maka dari itu pendengar CBL Radio dapat bertemu langsung dengan idolanya.

CBL Radio mengadakan kegiatan Off Air ini tentu saja didukung oleh *Outdoor Broadcast Van* atau disingkat OBVAN, di CBL Radio istilah OBVAN ini adalah CBL VAN,yaitu sebuah mobil sebagai modal utama untuk melaksanakan kegiatan *Off Air*. Maka didalam CBL Van dilengkapi pula perangkat band, genset, sound system, pemancar hingga panggung yang cukup baik dan lengkap untuk digelar keberbagai tempat secara cepat. Diasaat-saat siaran secara *Off Air* terkadang para pendengar tak sungkan mendekati mobil CBL VAN hanya untuk bertanya kepada crue mengenai informasi seputar CBL Radio, acara yang sedang diselenggarakan, artis yang didatangkan, dan sebagainya.

Untuk melaksanakan kegiatan Off Air tersebut tentunya CBL Radio membutuhkan sponsor sebagai pendukung acara, kerja sama ini dilakukan semata-mata meyakinkan khalayak ramai untuk dapat menginformasikan kegiatan Off Air sebagai alternatif bagi para pendengar khususnya yang menyukai acara musik secara langsung dan seperti yang dinyatakan oleh Jajang sebagai Public Relations CBL Radio 91.7 FM Bandung. Selain itu juga dapat menjalin hubungan baik dengar sponsor sehingga pada saat kegiatan berikutnya memudahkan PR CBL Radio dalam mencari sponsor. (sumber: 21 juni 2012 pada saat penelitian)

4.2.2 Tahap Perencanaan yang Dilakukan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Planning di lakukan tidak lain untuk membahas kelangsungan, manfaat kegiatan *Off Air* kedepannya bagaimana program tersebut dapat bermanfaat bagi pendengar sehingga pendengar merasa diuntungkan dengan Kegiatan *Off Air* yang di adakan oleh CBL Radio 91.7 FM Bandung.

a. Cara dan Teknis *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Danny Valentino** selaku General Manager CBL Radio 91.7 FM Bandung, dari sinilah kemudian pihak CBL Radio 91.7 FM melihat selama 1 atau 2 minggu, selama itu divisi Marketing dan *Program Director* CBL Radio 91.7 FM melakukan meeting bersama untuk membicarakan apakah program ini berjalan

sesuai yang diharapan yang telihat pada banyaknya *request* yang masuk pada saat siaran berlangsung setiap harinya melalui sms, twitter, facebook, dan juga terlihat dari naiknya ratting CBL Radio. Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio sebagai informan dalam penelitian ini menyebutka bahwa : "pihak CBL Radio Sendiri sangat menyetujui dan mendukung kegiatan Off Air yang akan diadakan secara rutin minimal seminggu 1kali, karena menurut saya Jajang sebagai PR CBL Radio melihat secara langsung kemajuan dengan adanya kegiatan Off Air yang rutin dapat lebih memperkenalkan CBL Radio pada pendengarnya, karena CBL Radio dapat berintarksi secara *face to face* dengan pendengarnya". (Sumber: Hasil penelitian, 2012) CBL Radio 91.7 FM berusaha bisa lebih baik dalam penyampaian informasi dan hiburan tersebut mengingat banyaknya radio lain yang memiliki kegiatan yang sama untuk itu demi suksesnya kegiatan Off Air tentunya ada pihak-pihak yang terlibat dalam tahap planning di antaranya :

1. Pihak di dalam Auto Radio 88,9 FM (on air)
    a. *General Manager*
    b. *Marcomm Manager*
    c. *General Affair Manager*
    d. *Public Relations*
    e. Penyiar
2. Pihak di dalam CBL Radio 91.7 FM Bandung (Off Air)
    a. *Event / Off Air Branding*
    b. CBL Van

Sebuah kendaraan yang dirancang untuk mendukung *Brand Actiativation* maupun segala aktivitas off-air seperti l.ive music, festival, gathering, dan sebagainya, agar tercipta *awareness* dimata para pendengar CBL Radio. OB Van memberikan *live report* dari CBL *spotlight* melalui udara sehingga dapat dinikmati langsung oleh "teman CBL" dimanapun.

Profesionalisme adalah mutlak untuk CBL Radio sebagai media yang berbasis anak muda, dan kreatifitas menjadi bagian terpenting dari seluruh kegiatan CBL Radio sebagai media lokal. Berikut adalah OB VAN yang dimiliki oleh CBL Radio 91.7 FM Bandung yang dinamai CBL VAN pada gambar 1.1 di bawah ini :

Gambar 4.2

CBLVAN



Sumber: Arsip CBL Radio 2012

b. Pemilihan Tempat *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** selaku Public Relations CBL Radio 91.7 FM Bandung, pemilihan tempat berdasarkan acara apa yang diselenggarakan, misalnya program "citra Indonesia" yang disiarkan secara Off Air biasanya dilakukan di Mall yang ada di Bandung, secara keseluruhan pemilihan tempat suatu acara berdasarkan bagaimana jenis acaranya, biasanya memilih tempat yang mudah dijangkau dan tempat yang banyak dikenal. CBL Radio Bandung biasanya memilih tempat seperti Mall atau café karena tempat-tempat tersebut merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh orang banyak, maka dengan diselenggarakan acara di tempat tersebut dapat memudahkan kita untuk menarik para pendengar untuk datang.

c. Pemilihan Waktu *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** Pemilihan waktu sama seperti pemilihan tempat, waktu pun disesuaikan bagaimana jenis acaranya. Kegiatan Off Air yang dilakukan CBL Radio sesuai dengan bagaimana acaranya, namun biasanya dilaksanankan setiap jam istirahat atau jam pulang orang kantor pada umumnya bila acara yang diselenggarakan itu *weekday* namun bila *weekend* CBL Radio menyelenggarakan di pagi hari ataupun sore sampai malam hari. Pada hari-hari biasa atau jam kantor, PR CBL Radio Bandung selalu mengadakan pukul 12-1 siang karena melihat jam istirahat namun jam tersebut merupakan waktu yang singkat, biasanya sekedar

menjadi sponsor. Namun bila CBL Radio Bandung yang memiliki acara selalu diadakan sore hari karena melihat jam pulang kantor atau sekolah, pendengar memiliki waktu yang panjang untuk menikmati acar yang CBL Radio selenggarakan.

Sedangkan Menurut **Danny Valentino** selaku General manager CBL Radio 91.7 FM Bandung, pemilihan waktu dalam membuat suatu acara sering diselenggarakan pada weekend karena melihat hari libur para pendengar pasti memiliki banyak waktu sehingga dapat kapan saja menghadiri acara yang diselenggaraka, pada hari libur juga akan banyak pendengar yang antusias untuk menghadiri acara yang diselenggarakan oleh CBL Radio 91.7 FM Bandung (sumber, penelitian 2012).

4.2.3 Tahap Komunikasi yang Dilakukan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Kegiatan Off Air di implemantasikan sebagai salah satu program yang dapat membantu pendengar dalam memberikan hiburan dan mengkomunikasikan kepada khalayak khususnya pendengar bahwa CBL Radio mempunyai program unggulan terbaru yang di sajikan secara *up to date.*

a. Pesan yang akan disampaikan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, program tersebut dapat terwujud atas banyaknya *request* dari para pendengar yang menginginkan

program Citra Indonesia dan program lainnya disiarkan melalui kegiatan Off Air, seperti yang diungkapkan **Jajang** selaku Public Relations CBL Radio Bandung "terbukti dari banyaknya request melalui sms, twitter dan facebook sebagai sarana yang dibuat oleh CBL Radio untuk menampung kritik dan saran dari para pendengar" (sumber, Hasil penelitian 2012). Sebagai bentuk komponen komunikasi selain memberi hiburan melalui pendekatan secara langsung yang dilakukan oleh pihak CBL Radio 91.7 FM dengan mengundang pendengar untuk ikut interaktif baik melalui telepon maupun interaktif secara face to face namun terkadang tidak efektif karena pesan atau informasi yang di sampaikan tidak menyeluruh.

Menurut **Danny Valentino** selaku General Manager CBL Radio 91.7 FM Bandung memberikan hiburan dan informasi melalui kegiatan Off Air menjadi lebih menarik karena dimodifikasi dengan berbagai kegiatan lain, seperti roadshow menggunakan mobil CBLVAN di bantu *sales promotions girl* membagikan *marchindise,* dan *Flyer* dari beberapa sponsor yang juga membantu suksesnya kelangsungan kegiatan Off Air tersebut. Selain membantu kelangsungan kegiatan *Off Air* yang diselenggarakan CBL Radio, juga dapat menambah relasi, menambah sponsor, dan memperkenalkan suatu produk sebagai sponsor kegiatan Off Air yang diselenggaran CBL Radio (sumber, penelitian 2012).

Gambar 4.3

Roadshow CBL 91.7 FM Bandung



Sumber, Arsip CBL Radio 2012

b. Media yang akan digunakan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, media yang digunakana oleh PR CBL Radio melalui kegiatan Off Air yang utama adalah CBLVAN, CBLVAN merupakan media utama yang mendukung kegiatan Off Air untuk siaran karena tanpa CBLVAN Off Air tidak dapat berjalan. Kemudian melalui Koran dan Majalah sebagai media pendukung yang dapat mengenalkan kegiatan Off Air kepada pendengarnya. Melihat sekarang makin modern dunia tekhnologi, PR CBL Radio juga memperkenalkan radio nya sendiri ataupun kegiatan yang dimiliki CBL Radio melalu twitter ataupun facebook, karena menurut penulis media tersebut dapat sangat membantu memperkenalkan CBL

Radio dengan mudah karena sudah semakin banyak orang menggunakan media tersebut (sumber, penelitian 2012).

c. Efek yang diharapkan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

PR CBL Radio melakukan kegiatan ini sebaik mungkin, dengan berbagai cara untuk menarik minat para pendengarnya, melalui kegiatan Off Air ini PR CBL Radio 91.7 FM ini mengharapkan dapat mencapai target pengujung yang sangat memuasakan maka terbukti acara yang diadakan oleh CBL Radio dapat meraih antusias pengunjung, dari target pengunjung juga dapat dilihat bahwa acar berjalan sukses, dan secara tidak langsung kegiatan Off Air ini mengenalkan CBL Radio 91.7 FM lebih luas lagi.

4.2.4 Tahap Evaluasi yang Dilakukan *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*.

Pada tahap ini, PR CBL Radio 91.7 FM Bandung melakukan koreksi terhadap *event* yang telah diselenggarakan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan, dengan mengadakan *meeting*, PR CBL Radio dapat memutuskan apa yang harus dilakukan untuk selanjutnya.

a. Proses Evaluasi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** Selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, kualitas program agar menjadi suatu program yang unggul dan diminati oleh para pendengarnya perlu di laksanakannya evaluasi dengan memperbaiki sistem dimana berhubungan

langsung dengan kegiatan *Off Air*, memperluas jangkauan informasi baik komunikasi personal, kelompok dan massa di dalam CBL Radio 91.7 FM khususnya Public Relations CBL Radio yang melaksanakan secara langsung kegiatan *Off Air* atau dengan khalayak sekitar, dan apakah kegiatan Off Air ini dapat berjalan dengan *continue*, seperti kutipan hasil wawancara dengan **Jajang** sebagai berikut : "Memperbaiki kinerja para *crue* baik *on air* maupun *off air* yang terkait langsung dengan kegiatan *Off Air*, memperluas jangkauan informasi mengenai kegiatan *Off Air* itu sendiri, menjalin lebih banyak lagi kerjasama dengan pihak luar yang mendukung program ini seperti pendengar dan pihak sponsor ataupun yang memiliki suatu acara". (Sumber: Hasil penelitian, 2012) Keberhasilan sampai dimana evaluasi tersebut dilaksanakan dapat terlihat dari kelangsungan kegiatan *Off A*ir yang di laksanakan oleh PR CBL Radio 91.7 FM kedepannya dan CBL Radio dapat meninggkatkan ratting diantara radio lainnya yang ada di Bandung, faktor lain ialah dengan banyaknya masyarakat yang interaktif melalui SMS, telepon, Twiiter dan Facebook.

b. Tindak Lanjut *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Danny Valentino** selaku General Manager CBL Radio 91.7 FM Bandung, masukan dari para pedengar melalui kegiatan *Off Air* dengan adanya program tersebut diharapkan meramaikan berbagai acara, membuat acara-acara yang menarik dan tidak membosankan. Evalusi setiap saat dilakukan untuk mencari tahu apa saja yang sedang happening dikalangan remaja maupun dewas, jenis acara apa saja yang sedang diminati dan sebagainya. dari hasil evaluasi yang

di dapat di tinjau lagi dengan mengadakan meeting bersama beberapa divisi termasuk di dalamnya PR. Hasil yang telah di sepakati bersama lalu di buatlah agenda dimana hasilnya dengan menambah kegiatan *Off Air*, seperti program Citra Indonesia yang rutin disiarkan secara *Off Air* dan *On Air*, mendatangkan artis ketika kegiatan *Off Air* berlangsung dan mengadakan kuis-kuis yang disertai hadiah yang diberikan dari pihak CBL Radio dan Sponsor yang ikut serta mendukung berlangsung kegiatan *Off Air*.

4.2.5 Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air*

Menurut **Jajang** selaku PR CBL Radio 91.7 FM Bandung, keberhasilan kegiatan *Off Air* di dukung pula oleh keberadaan pendengar untuk hadir dan ikut berpartisipasi pada setiap acara CBL Radio yang diadakan secara *Off Air* dan Apakah Strategi PR & CBL Radio 91.7 FM benar-benar telah dilaksanakan dengan sesuai program perancanaan PR CBL Radio 91.7 FM atau tidak serta sampai dimana kelancaran kegiatan *Off Air* yang telah berlangsung. Hal ini tentunya dapat kita ketahui, melalui minat pendengar akan Kegiatan *Off Air* karena memberikan hiburan yang menarik, Sejalan dengan hal tersebut Tidjan (1976:71) mengemukakan bahwa minat adalah "gejala psikologis yang menunjukan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang."(3) Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa kegiatan *Off Air* sebagai program yang menjadi perhatian bagi pendengarnya, salah satu stategi yang di lakukan tentu saja dengan memberi motivasi berupa penyampaian informasi yang

di bawakan dengan *fresh, up to date* dan tentunya menarik. PR CBL Radio selalu berusaha membuat suatu acara yang unik, agar berbeda dari kegiatan *Off Air* yang dimiliki oleh radio lain. Dan tentu saja PR CBL Radio berharap agar kegiatan Off Air yang selama ini dilaksanakan bermanfaat, menghibur dan dapat memenuhi keinginan pendengar.

4.3 Pembahasan

Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Kegiatan *Off Air* adalah dengan menggunakan tahap-tahap proses operasional PR menurut Cutlip & Center (1961) yang dikutip oleh Abdurrachman, dimana untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan komunikasi proses operasional PR haruslah melalui 4 tahapan yaitu :

- **Tahap *Fact-finding*** Tahap ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra institusi/lembaga dimata masyarakat. Kegiatan fact finding diharapkan bahwa manajemen akan mengetahui gambaran yang obyektif tentang lembaganya dimata masyarakat. (Abdurrachman, 1995:32)
- **Tahap *Planning*** merupakan Perencanaan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan untuk pemecahannya. Tahap ketiga yaitu communicating Menerapkan strategi, kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas konsistensi, saluran, dan kemampuan publik. (Abdurrachman, 1995:32)

- **Tahap *Communicating*** Merupakan tahap implementasi sesuai fakta/data yang telah dirumuskan dalam perencanaan. (Abdurrachman, 1995:33)
- **Tahap *Evaluating*** untuk mengetahui apakah tujuan PR benar-benar telah dilaksanakan sesuai rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. (Abdurrachman, 1995:33) Tahap fact finding diharapkan bahwa PR CBL Radio 91.7 FM dengan memberitahukan kepada khalayak mengenai kegiatan Off Air.

Proses pencarian fakta dilakukan dengan mengetahui khalayak sasaran dari CBL Radio sendiri, dimana khalayak sasarannya sendiri dewasa dan remaja, dengan *Audience* dengan memperhatikan selara khalayaknya hal tersebut dapat terlihat pada *request* para pendengar, selain itu pada tahap pencarian fakta, PR CBL Radio tentu saja melakukan evaluasi pada kegiatan *Off Air* sebelumnya, pada tahap evaluasi tersebut dapat dilihat kekurangan maka dari itu dapat dilakukan pencarian fakta pada kegiatan selanjutnya yang akan dilaksanakan. Seperti yang disebutkan diatas, tahap ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra institusi/lembaga dimata masyarakat. Kegiatan fact finding diharapkan bahwa manajemen akan mengetahui gambaran yang obyektif tentang lembaganya dimata masyarakat. (Abdurrachman, 1995:32) dalam aplikasinya CBL Radio 91.7 FM Bandung melakukan proses pencarian fakta sebelum membuat kegiatan Off Air, dalam tahap ini CBL Radio mencaritahu khalayak atas bagaimana pandanga mereka terhadap CBL radio sebelum mengetahui apa yang sedang digemari khalayk banyak.(sumber, Hasil Penelitian 2012)

Tahap perencanaan segala informasi mengenai *Off Air* yang diperoleh dari banyaknya *request* yang masuk dari pendengar kemudian disaring oleh PR CBL Radio 91.7 FM dan di tinjau selama beberapa minggu kemudian setelah di rapatkan dan di ambil keputusan secara bersama pihak/divisi yang berkaitan langsung dengan kegiatan *Off Air* yang hasilnya kemudian menetapkan kegiatan *Off Air* sebagai program tetap dimana berlansungnya program ini berkat bantuan pihak-pihak yang terkait. program PR yang tersusun dilaksanakan secara teratur sesuai dengan perkembangan dari pada organisasi. Dalam aplikasinya CBL Radio 91.7 FM Bandung melakukan proses manajemen agar dapat berjalan sesuai yang diharapkan salah satunya dengan melakukan tahap awal yaitu perencanaan.(Sumber, Hasil penelitian 2012) Hal tersebut diungkapkan menurut James A.F. Stonner : "manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan". (4)[1]

Tahap komunikasi selama kegiatan Off Air merupakan hal penting, dalam prosesnya kegiatan Off Air harus berjalan sesuai dengan fakta dan perncanaan yang telah disusun agar kegiatan Off Air dapat menarik minat pendengar, dan mengetahui antusiasme pendenga CBL Radio 91.7 FM Bandung. Menurut Theodorson & Thedorson Komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui

[1] **putracenter.net**/2008/11/21/**definisi**-manajemen-**menurut**-**para**-**ahli**

simbol-simbol.(5)[2] Seperti yang diungkapkan ahli diatas, dalam hal ini PR CBL Radio mengaplikasikan kegiatan komunikasi sebagai penyebaran Informasi sebagai sikap dimana kegiatan *Off Air* dilaksanakan. (sumber, Hasil penelitian 2012)

Menurut I Ketut Gede Yudantara menyatakan bahwa Evaluasi merupakan kelanjutan dari suatu rencana kerja yang peranannya sangat dibutuhkan karena evaluasi merupakan latihan yang memperkaya logika dan analisa.(6)[3] Seperti yang diungkapkan oleh ahli tersebut, bahwa evaluasi merupakan proses kelanjutan, maka proses evaluasi menentukan apakah kegiatan ini akan berjalan secara *continue*, sesuai dengan hasil penelitian yan telah dilaksanakan bahwa CBL Radio dapat melakukan kegiatan *Off Air* secara rutin, tebukti dari meningkatnya ratting pendengar CBL Radio 91.7 FM ini salah satunya dikarenakan kegiatan *Off Air* yang menarik (sumber, Hasil penelitian 2012)

[5] http://carapedia.com/pengertian_definisi_komunikasi_menurut_para_ahli_info487.html
[6] http://carapedia.com/pengertian_definisi_evaluasi_info2088.html