BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi dalam perusahaan sangat diperlukan supaya langkah-langkah yang akan dilakukan demi kepentingan perusahaan lebih terarah dan mencapai hasil yang diinginkan perusahaan tersebut. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki perusahaan harus terealisasikan dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu perusahaan harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai oleh perusahaan.

Salah satunya ialah mengenai "Program siaran melalui *branding OB Van* Kepada masyarakat" yang dibuat oleh Seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM. Seorang Humas Radio Pikiran Rakyat menyusun strategi nya untuk mensosialisasikan program siaran kepada kepada masyarakat di Kota Bandung.

Seorang Humas Radio Pikiran Rakyat harus bisa mensososialisasikan program yang telah dijalankan yaitu salah satunya adalah program siaran melalui *branding ob van.* Sosialisasi tersebut tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila proses komunikasi yang dilakukan kurang baik. Komunikasi menjadi elemen yang paling penting kepada masyarakat.

Penyebaran informasi ini merupakan bagian dari proses komunikasi yang didalamnya terdapat unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang ditimbulkan kepada masyarakat. Dimana komunikator ialah orang yang menyampaikan atau mencoba mengubah perilaku seseorang atau

kelompok melalui pesan yang disampaikan nya. Pesan (message) informasi atau gagasan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Media ialah alat untuk menyampaikan pesan, informasi, atau gagasan. Komunikan sebagai orang yang menerima pesan atau informasi. Sedangkan efek (*feedback*) ialah timbal balik dari komunikan sebagai penerima pesan, timbal balik itu sendiri tergantung kepada komunikator yang menyampaikan pesan. Apabila pesan itu sampai dan juga dipahami oleh komunikan, maka komunikator akan mendapatkan *feedback*.

> "Strategi adalah perencanaan (*planning)* dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan". (Effendy, 2013:32).

Program pada perusahaan merupakan bagian yang penting dalam suatu kegiatan perusahaan yang secara rutin dilakukan. Dalam melaksanakan suatu program perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut masyarakat dapat lebih mengenal perusaahan yang selalu melakukan program yang baik bagi masyarakat, memperkuat *brand image* melalui program *branding* kepada masyarakat menimbulkan kesadaran akan keberadaan perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi perusahaan tersebut.

Program dari kegiatan perusahaan yang rutin dilakukan mempunyai kesempatan untuk menonjolkan keunggulan perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain nya, juga dapat menghasilkan inovasi dan suatu pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan kepada masyarakat.

Sesuai dengan program *branding* dalam perusahaan memerlukan kreativitas yang dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan melalui program yang dilakukan.

Masyarakat tidak hanya sekedar memperhatikan suatu perusahaan yang hanya memenuhi kebutuhan mereka secara lebih efisien dari pada saingan, akan tetapi dengan kritis melihat apakah keberadaan perusahaan telah berkontribusi positif terhadap masyarakat. Salah satu kreativitas program siaran radio yaitu melalui *branding Ob Van* Radio Pikiran Rakyat FM. Sosialisasi Program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat dibuat oleh seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM yang bertanggung jawab atas citra perusahaan agar dinilai positif oleh masyarakat.

Pada suatu perusahaan, humas adalah suatu profesi yang memegang kendali agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Humas dianggap menjadikan perusahaan menjadi lebih baik karena dalam kinerjanya, ia harus bisa membangun citra perusahaan tersebut agar penilaian orang terhadap perusahaan tersebut positif.

Seorang humas harus melakukan hal-hal penting seperti mencari tempat, dan melakukan evaluasi tentang apa yang dilakukan tentang program-program yang dibuat untuk perusahaan. Jika memang terdapat suatu kesalahan pahaman masyarakat tentang perusahaan tempat dimana humas itu bekerja, maka ia harus bisa berupaya dengan cara apapun selama dibenarkan menurut aturan untuk mengembalikan citra perusahaan tersebut.

Humas yang berperan baik tentunya akan memberikan hasil positif dengan tersosialisasikannya program siaran melalui *branding OB Van* Radio Pikiran Rakyat FM kepada masyarakat dengan seluas luasnya.

Berdiri nya bagian Humas di Radio Pikiran Rakyat FM terhitung sangat baru. Bagian atau divisi Humas di Radio Pikiran Rakyat FM didirikan pada akhir tahun 2013. Yang diawali dengan kepentingan untuk mewujudkan menjadi radio berita Nomer 1 di kota Bandung. Dengan adanya divisi Humas di Radio Pikiran Rakyat FM, saat ini semakin banyak pendengar radio yang mengetahui keberadaan Radio Pikiran Rakyat FM melalui program-program *branding* nya yang secara rutin terus dilakukan oleh humas Radio Pikiran Rakyat FM tersebut kepada masyarakat khususnya di Kota Bandung.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM adalah dengan menggunakan mobil *OB Van* yaitu *outdoor broadcasting* Van. Dalam *OB Van* tersedia sarana siar lengkap layaknya studio *in-house* sebuah stasiun TV atau Radio. Dalam *OB Van* tersedia *Mixer Video*, *Mixer Audio*, Monitor monitor, *speaker, Tally kit, Intercom,* Kamera dan *teleprompter, non linear editing (nle), linear editing kit* serta tentunya *Microwave Link* atau *VHF Link* untuk menghubungkan ke *Master Control Room* sebuah stasiun. Bisa dikatakan *OB Van* adalah sebuah studio berjalan (*mobile studio*) dengan peralatan yang lengkap untuk produksi sebuah siaran. Program siaran melalui *branding Ob Van* seorang Humas melakukan penetrasi dengan menggunakan *OB Van* menjadi salah satu program *branding* kepada masyarakat di Kota Bandung yang bertempat

di *mall*, atau di jalan-jalan yang banyak dilalui oleh masyarakat yang menyebabkan kemacetan lalu lintas.

Mengingat fungsi Humas adalah memelihara moralitas instansi dengan baik, maka Humas Radio Pikiran Rakyat FM harus berperan penuh serta aktif dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat yang berdampak positif. Komunikasi bisa dikatakan sebagai senjata bagi seorang Humas untuk mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* nya kepada masyarakat.

Komunikasi menurut Evverts M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana yaitu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka". (Mulyana, 2001: 62).

Branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan *brand* atau perusahaan. Branding bukan hanya tentang memenangkan hati target pasar perusahaan untuk memilih suatu perusahaan yang satu dengan yang lain, tetapi lebih penting lagi untuk para pelanggan atau disini para pendengar lama dan pendengar yang baru Radio Pikiran Rakyat FM agar bisa menilai atau melihat perusahaan nya sebagai satu-satunya radio terbaik yang mampu memberikan solusi dan yang dibutuhkan untuk mereka para pendengar setia nya melalui konten-konten yang dikemas dengan menarik untuk disampaikan kepada masyarakat, dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* tersebut masyarakat bisa banyak mengetahui keberadaan Radio Pikiran Rakyat

FM dan dapat berkontribusi langsung menjadi *citizen journalism* pada saatu program siaran tersebut dilakukan. Masyarakat menyampaikan secara langsung berita yang akan disampaikan kepada para pendengar setia Radio Pikiran Rakyat FM.

Tujuan *Branding* Radio Pikiran Rakyat FM yaitu mampu menyampaikan pesan dengan jelas kepada masyarakat tentang Radio Pikiran Rakyat FM, memastikan kredibilitas perusahaan Radio Pikiran Rakyat FM, mampu menghubungkan target pasar atau para pendengar Radio Pikiran Rakyat FM secara emosional, mampu menggerakkan atau memotivasi para pendengar Radio Pikiran Rakyat FM memastikan terciptanya kesetiaan para pendengar Radio Pikiran Rakyat FM.

Untuk mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat yang dilakukan oleh seorang Humas, ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian. Pertama, sudah pada tahap mana branding tersebut dilakukan. Apakah perusahaan sudah pada tahap dikenal (*aware*) oleh masyarkat, tahap pemahaman tentang arti perusahaan tersebut, tahap menyukai, atau tahap mencintai atau loyal kepada Radio Pikiran Rakyat FM. *Branding* yang baik adalah memilih tipe aktifitas perusahaan yang disesuaikan dengan situasi pencapaian dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* yang dilakukan seorang humas Radio Pikiran Rakyat FM kepada masyarakat itu sendiri.

Saat ini media elektronik seperti televisi banyak mendominasi masyarakat untuk mencari sebuah hiburan, pendidikan, informasi dan sebagai ajang untuk

mempengaruhi khalayak nya melalui visualisasi maupun audio begitupun dengan radio memiliki kemiripan dari segi fungsi namun hanya audionya saja tidak dengan visualisasi seperti televisi. Radio, kata-kata ini pastilah sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. Merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada para pendengar setianya, pada saat ini sudah banyak stasiun radio yang tersebar diseluruh dunia terutama di Indonesia yang sudah menyebar diseluruh daerah pelosok-pelosok kota.

Radio memiliki beberapa jenis diantaranya seperti radio FM, AM, Radio Internet, radio Satelit, dan radio Hd, namun yang banyakkan orang ketahui dan gunakan adalah radio FM dan AM. Radio memang tidak dapat memunculkan gambar seperti layaknya televisi, namun radio tetap memiliki informasi yang disampaikan dan menghibur kepada masyarakat luas. Acara-acara yang sekarang ditunjukkan oleh masyarakat luas kepada para pendengar sudah beraneka ragam, seperti acara humor dan acara tersebut bisa membuat para pendengarnya tertawa walaupun tidak dapat terlihat gambarnya.

Radio saat ini bersaing dengan konten-konten yang diberikan dengan pengemasan hiburan, pendidikan, berita/informasi yang lebih menarik bagi para pendengarnya untuk mendapatkan suatu hiburan, pendidikan, berita/informasi peristiwa penting yang terjadi di masyarakat khususnya masyarakat di Kota Bandung salah satunya yaitu Radio Pikiran Rakyat FM, yang memasyarakat menampung segala aspirasi warga dan menjadikan masyarakat sebagai wartawan dan sumber berita yang menjadi inspirasi Radio Pikiran Rakyat FM dengan 1.800

Reporter warga *citizen journalism* yang rutin memberikan/menyampaikan informasi aktual.

Kemampuan ini juga menjadikan Radio Pikiran Rakyat FM sebagai rujukan masyarakat untuk memberi dan mendapatkan beragam informasi peristiwa lokal, seperti informasi lalulintas, kriminalitas, dan peristiwa penting lainnya yang terjadi di lingkungan masyarakat. Selain kekuatan reporter warga (*citizen journalism*), Radio Pikiran Rakyat FM juga memiliki kemampuan untuk menghadirkan narasumber berkategori *News Maker* untuk mendapatkan konfirmasi pemberitaan yang diketahui masyarakat melalui program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat yang dilakukan secara rutin oleh Radio Pikiran Rakyat FM.

Sosialisasi program siaran melalui *branding Ob Van* yang dilakukan Humas Radio Pikiran Rakyat FM memanfaatkan keterbukaan teknologi informasi seperti media sosial *Twitter, Facebook, Instagram, Line, Whatsapp* yang dimiliki Radio Pikiran Rakyat sebagai penetrasi untuk menginformasikan keberadaan program siaran *Ob Van* yang sedang berlangsung kepada masyarakat.

Proses sosialisasi program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat yang dilakukan seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM dapat membuat para pendengar radio yang lama dan yang baru dapat mengenal apa itu program siaran yang memakai sebuah *Outdoor Broadcasting Van (Ob Van)* yang mengelilingi jalan atau singgah di tempat keramaian masyarakat. Radio Pikiran Rakyat FM yang memiliki pengemasan isi konten-konten berita yang menarik agar bisa menarik masyarakat untuk ikut bergabung didalam nya menjadi (*citizen*

journalism) memberikan informasi peristiwa penting yang terjadi di lingkungan masyarakat kepada para pendengar Radio Pikiran Rakyat FM lain nya juga bisa membangun eksistensi dari Radio Pikiran Rakyat FM tersebut agar tetap dikenal oleh masyarakat di Kota Bandung khususnya.

Strategi yang dijadikan sebagai hasil akhir yang ingin dicapai peneliti, diupayakan untuk dapat memperlihatkan kinerja humas secara keseluruhan mengenai sosialisasi program siaran melalui *branding Ob Van* yang dilakukan oleh seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM kepada masyarakat bertempatkan di pasar-pasar tradisional seperti pasar ancol, kosambi, di *mall-mall* seperti Bandung Indah *Plaza*, Metro Indah *Mall*, bahkan tempat rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Radio Pikiran Rakyat FM di Kota Bandung. Dari penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana identifikasi khalayak, tujuan, pesan, media dan evaluasi yang digunakan saat proses program siaran berlangsung agar masyarakat mengetahui informasi tentang kejadian yang terjadi disekeliling kita melalui konten-konten atau isi berita yang disampaikan kepada pendengar Radio Pikiran Rakyat FM saat program siaran melalui *branding Ob Van* itu dilakukan secara rutin.

Humas yang memiliki peran yang baik tentunya akan memberikan nilai positif pula bagi perusahaan nya, dan khusus para pendengar radio di Kota Bandung secara keseluruhan. Hal di atas menjadi alasan utama bagi peneliti untuk dapat melihat Strategi Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat di rumuskan judul penelitian yaitu, "**Strategi Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* kepada Masyarakat di Kota Bandung".**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Mengacu kepada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. "Bagaimana Strategi Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung". Untuk lebih jelasnya masalah tersebut dilatari pada identifikasi sasaran khalayak, tujuan, pesan, media dan evaluasi yang demikian dijadikan rumusan masalah mikro berikut dibawah ini.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

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

1. Bagaimana **identifikasi Sasaran Khalayak** Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung?
2. Bagaimana **tujuan** Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung?
3. Bagaimana bentuk **pesan** yang disampaikan oleh Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung?

4. Bagaimana **media** yang digunakan oleh Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung?
5. Bagaimana hasil **evaluasi** program Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud

Maksud penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana"Strategi Humas Radio Pikiran Rakyat FM Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* Kepada Masyarakat di Kota Bandung".

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui identifikasi sasaran khalayak Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tujuan Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui media yang digunakan Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui evaluasi program Humas Radio Pikiran Rakyat FM dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Secara teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, serta mengenai Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Siaran Melalui *Branding Ob Van* kepada masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini untuk peneliti yakni memberikan wawasan baru bagi peneliti mengenai Ilmu Komunikasi terutama Humas dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat. Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk dapat mengaplikasikan berbagai teori Ilmu Komunikasi terutama bagian Humas dalam bentuk yang nyata dan

membandingkannya dalam keaadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan.

2. Untuk Akademisi

Penelitian ini berguna bagi Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Universitas Komputer Indonesia secara keseluruhan yakni, diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan, dan penerapan Ilmu Komunikasi terutama pada bagian Humas dan juga sebagai bahan perbandingan dan literatur bagi penelitian sejenis lainnya untuk masa yang akan datang.

3. Untuk Perusahaan Radio Pikiran Rakyat FM

Bagi perusahaan Radio Pikiran Rakyat FM terutama humasnya dalam mensosialisasikan program siaran melalui *branding Ob Van* kepada masyarakat di Kota Bandung agar lebih baik lagi dan dikenal oleh masyarakat terutama para pendengar Radio Pikiran Rakyat FM.

4. Untuk Masyarakat

Diharapkan bukan hanya bermanfaat, masyarakat agar mengetahui melainkan agar bisa bermanfaat juga bagi masyarakat sebagai apa saja yang terdapat dalam suatu program yang dilakukan oleh seorang Humas Radio Pikiran Rakyat FM untuk bisa mensosialisasikan program *branding* nya kepada masyarakat khususnya di Kota Bandung.