BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan mengemukakan tentang strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalui program *Traffic Report* dalam menigkatkan minat pendengar. Dimana Peneliti menggunakan teknik analisis deskripif sebagai alat ukur untuk menganalisa dan membahas data yang telah diperoleh.

Penelitian mengenai strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalu program *Traffic Report* dalam menigkatkan minat pendengar ini, menitikberatkan kepada program *Traffic Report* sebagai program unggulan dari *Auto* Radio 88,9 FM dimana terdapat fakta, faktor pendukung, serta latar belakang yang menjadikan program *Traffic Report* sebagai salah satu program yang diminati.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan orang-orang yang terlibat dengan program *Traffic Report* yang juga merupakan *staff Auto* Radio 88,9 FM di gedung *Auto* Graha Bandung, wawancara dilakukan pada bulan juni 2011. Dimana jumlah orang yang di wawancarai oleh Peneliti berjumlah dua orang, yaitu: satu orang dari *staff Auto* Radio dengan latar belakang sebagai *PR & Promotions*, yaitu bertugas sebagai penyebar luas *image* radio dalam hal ini bekerja sama dengan Marketing dan seorang pendengar yang membantu Peneliti menemukan data fakta di lapangan.

4.1 Data Informan Penelitian

Berdasarkan Teknik Sampel Purposif (*Purposial Sampling*) yang di gunakan oleh Peneliti, dengan mempertimbangkan terbatasnya jumlah *staff* atau orang yang bersedia dimintai keterangan seputar program *Traffic Report*, Peneliti menetapkan dua orang *staff* dan pendengar yang berdomisili di Bandung serta bersedia untuk menjadi narasumber atau informan penelitian, dengan latar belakang *staff Auto* Radio dan pendengar.

Dari sekian banyak jumlah *staff* dan pendengar hanya beberapa memiliki informasi mengenai program *Traffic Report* di bandingkan dengan program lain seperti *life style*, *gossip* dan *music*. Adapun *profile* informan penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Informan Penelitian



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2011.

1. **Arief Hidayat**

   Laki-laki berusia 27 tahun kelahiran Bandung, 7 April 1972 ini, merupakan salah satu *staff* di bidang PR & *Promotions*, beliau memiliki riwayat sebagai *staff* yang ada sejak awal berdirinya *Auto* Radio 5 tahun silam. beliau beralamat di jalan Ir. Hj. Juanda no 217 Bandung, di awal karirnya sebelum

beliau bekerja di *Auto* Radio 88,9 FM beliau bekerja sebagai *customer service* di salah satu perusahaan swasta di kota Bandung dan kemudian pada September 2005 beliau di rekrut untuk menjadi *staff* OB VAN di *Auto* Radio 88,9 FM setelah melihat kinerja beliau semakin hari semakin meningkat maka sejak saat itu beliau di angkat menjadi *staff* PR & *Promotions* sampai saat ini.

Gambar 4.2
Informan Penelitian



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2011

2. Tipot Morales

Laki-laki kelahiran Garut, 24 tahun yang lalu ini adalah salah seorang mahasiswa di salah satu universitas swasta di kota Bandung di sela-sela aktivitasnya sebagai mahasiswa ia juga bekerja sebagai MC di berbagai acara baik formal maupun non formal, sebelum menjadi MC ia pernah mengenyam pendidikan *broadcast* selama 6 bulan di DJ Arie *broadcast* sejak saat itu ia mulai menginjak dunia radio ketertarikannya dengan program *Traffic Report* dimulai saat ia menjadi penyiar di salah satu radio ketertarikannya pada program *Traffic Report* karna ia bercita-cita menjadi reporter, suasana saat *off air* dan cara ia mengkomunikasikan pesan kepada

pendengar membuat sesuatu yang berbeda dalam setiap penyajian pesan yang disampaikan dan memiliki cara tersendiri dalam penyampaiannya agar pesan tersebut mudah di cerna oleh para pendengar menurut pria berzodiak Leo ini sejak saat itulah ia sangat menyukai program *Traffic Report* yang di adakan oleh *Auto* Radio 88,9 FM Bandung pada pagi dan sore hari.

4.2 Hasil Penelitian

Selanjutnya peneliti akan menguraikan mengenai Strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalui program *Traffic Report* dalam meningkatkan minat pendengar berdasarkan hasil wawancara.

4.2.1 Tahap *Fact-Finding* yang Dilakukan oleh *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* dalam Meningkatkan Minat Pendengar.

Auto Radio salah satu radio yang berorientasi pada dunia *automotive* dimana *automotive* indetik dengan kendaraan baik roda 2 maupun 4 atau lebih, fenomena membludaknya kendaraan baik roda dua mapun roda empat yang terjadi akhir-akhir ini membuat di ruas-ruas jalan raya mengalami kecelakaan, kemacetan dan sering pula terjadi pencurian kendaraan dengan banyaknya penduduk khususnya di kota Bandung ini tentu saja dengan banyaknya pihak keamanan belum mampu menekan kebiasaan masyarakat akan sadar terhadap peraturan lalu lintas.

Hal ini mendorong *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM sebagai radio *Automotive* dengan memberikan program yang *fresh* tentunya dalam membantu pihak keamanan dan memberikan sedikit informasi yang berharga bagi pendengar melalui strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalui program *Traffic Report* dalam meningkatkan minat pendengar.

Tahap *fact finding* diharapkan bahwa *PR & Promotion Auto* Radio 88.9 FM dengan menginformasikan kepada khalayak mengenai program *Traffic Report* dengan mengetahui dan mengatasi hal-hal yang tidak di inginkan, dalam hal ini tentu saja program tersebut dapat tercapai melalui pencarian fakta yang dilakukan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung dengan Mengenali khalayak sasaran *Auto* Radio 88,9 FM.

Dalam mewujudkan program *Traffic Report* tentu saja kita harus mengetahui apakah program tersebut dapat di mengerti oleh halayak sasaran yaitu pendengar dari *Auto* Radio 88,9 FM, dimana kita tahu sasaran pedengar dari *Auto* Radio itu sendiri rata-rata dari remaja sampai dewasa, dalam hal ini program *Traffic Report* dapat di terima oleh pendengarnya baik remaja maupun dewasa karna anak remaja lebih tertarik dengan informasi seputar dunia *automotive* dengan macam-macamnya seperti : informasi penggunaan helm yang baik, informasi bengkel termurah, informasi *car wash* terbaik, modif masakini, informasi kendaraan keluaran terbaru dan informasi lainnya begitu pula dengan informasi pameran,

informasi lalu lintas dan informasi lainnya dalam mempermudah mereka dalam beraktivitas.

Terkadang di banyak pendengar yang bosan mendengarkan program *Traffic Report* terihat kurangnya antusiasme pendengar program *Traffic Report*, karena itu pihak *Auto* Radio menyesuaikan selera para pendengar yang di *mix* melalui program *Traffic Report* dan menyajikannya dengan beda dari yang lainnya dalam hal ini tentu saja terkait dengan jangkauan *Auto* Radio 88,9 FM dalam menjangkau pendengarnya. 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, dsb. Coba bayangkan gambaran peta seperti apa yang kita peroleh dalam keadaan yang sebenarnya kalau bukan semacam bentuk seni yang tak menentu. Bagi stasiun radio FM, CCIR menyarankan kekuatan-kekuatan lapangan sebesar paling sedikit 0,05 mV/m (34 dBu) untuk mono dan 0,25 mV/m (48 dBu) untuk stereo “pada saat tidak ada gangguan dari peralatan industri maupun peralatan rumah tangga”. Meskipun demikian bukit-bukit, bangunan dan pepohonan melemahkan gelombang radio dan gangguan radio dari televisi, pabrik dan pemancar lain meningkatkan kebutuhan minimal bagi penerimaan. Oleh karenanya CCIR menyarankan kekuatan lapangan minimum berikut ini bagi

penerimaan FM mono: 0,25 mV/m (48 dBu) di daerah pedesaan, 1 mV/m (60 dBu) di daerah perkotaan, dan 3 mV/m (70 dBu) di kota-kota besar. Bagi FM stereo, minimalnya adalah 0,5, 2 dan 5 mV/m (54, 66 dan 74 dBu) oleh sebab itu strategi *PR & Promotion*. *Auto* radio melalui program *Traffic Report* memberikan kemudahan bagi para pendengar yang ada di pedesaan dengan melakukan *touring* bersama anak *club* motor Bandung dalam rangka memperkenalkan program *Traffic Report*.

Short Message Service disingkat SMS adalah sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek. Pada mulanya SMS dirancang sebagai bagian daripada GSM, tetapi sekarang sudah didapatkan pada jaringan bergerak lainnya termasuk jaringan UMTS. Banyaknya permintaan pendengar akan *program Traffic Report* juga menjadi fakta utama di adakannya *program Traffic Report*.

Antusias pendegar apabila *Auto* Radio mengadakan Program *Traffic Report* dapat terlihat pada acara *off air* dengan menggunakan (*AUTO SPEED MOBILE*) atau *Outdoor Broadcast Van* (OB Van) adalah sarana menjawab tantangan kedepan, bahwa radio bukan hanya mampu sebagai media siaran semata, Namun radio harus mampu sebagai media aktivasi menggerakan masa, untuk tergabung dan aktif kedalam berbagai kegiatan yang digarap radio Unisi maupun mitra bisnis. Karena itu OB Van Radio Unisi, dirancang tidak saja hanya mampu sebagai sarana siaran luar, Tetapi OB Van Unisi dirancang mampu sebagai sarana kegiatan out door yang

lengkap. Maka didalam OB Van dilengkapi pula perangkat band, genset, sound system, pemancar hingga panggung yang cukup representatif untuk digelar keberbagai tempat secara cepat. Hanya dalam waktu 45 - 60 menit, armada lapangan Unisi secara cekatan mampu menyiapkan pagelaran musik dengan kekuatan sound 6000 watt dengan panggung seluas 24 meter persegi. Khusus untuk kegiatan *Traffic Report* ini maka PR *& Promotions* menyiapkan satu alarm yang di letakan di atas mobil. Diasaat-saat siaran secara *off-air* terkadang para pendengar tak sungkan mendekati mobil OBVAN hanya untuk bertanya kepada *crue* mengenai informasi seputar *Traffic Report.* Adapun antusias pendengar yang ramai pada saat kegiatan *touring* bersama *club* motor atau mobil yang ada dikota Bandung. Pada saat itulah pendengar tertarik dan secara tidak langsung munculnya minat untuk mendengarkan *Auto* Radio 88.9 FM.

Melihat kondisi tersebut *Auto* Radio berusaha mencari informasi sebanyak mungkin melalui pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan program *Traffic Report* salah satunya polisi, dalam hal ini polisi berperan langsung dalam berjalannya program *Traffic Report* dari informasi yang di dapat berupa laju kendaraan, kecelakaan, kriminal, kepadatan kendaraan setiap harinya jumlah kendaraan dan mengatur lalu lintas agar dapat mengendalikan arus kendaraan menjadi lebih baik. Selain polisi juga terdapat pihak lain yang membantu suksesnya Program *Traffic Report*, seperti *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung

PR & Promotion pada umumnya dianggap sebagai bagian dari strategi pemasaran organisasi. Strategi sendiri pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen 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.

Kehadirannya dibutuhkan karena *Pubic Relations* merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi seperti saat ini. *PR & Promotion* mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu menerapkannya, selama ia masih menjalin kontak dengan manusia lain.

PR & Promotions

Bertugas :

1. Menyebarluaskana *image* Radio.
2. Menyebarluas link di luaran.
3. Bekerjasama dengan Marketing dan AE dalam menjalankan tugasnya

Kerja sama ini dilakukan semata-mata meyakinkan khalayak ramai untuk dapat menginformasikan program *Traffic Report* sebagai alternatif bagi para pendengar khususnya yang sedang berkendara dan seperti yang di ungkapkan Arief Hidayat :

> "Berdasarkan pencarian fakta yang dilakukan selama 4 hari dari meeting yang dilakukan oleh beberapa divisi termasuk PR & *Promotions* yang ikut serta dalam pengambilan keputusan, berdasarkan Voting pendengar maka program *Traffic Report* menjadi program tetap di *Auto* Radio 88,9 FM Bandung".(Sumber: Hasil penelitian, 2011)

Tentunya pengambilan keputusan tersebut dapat memberikan kepusan tersendiri bagi para pendengar yang membutuhkan informasi seputar *Traffic Report*.

4.2.2 Tahap *Planning and Programming* yang Dilakukan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* dalam Meningkatkan Minat Pendengar.

Planning di lakukan tidak lain untuk membahas kelangsungan, manfaat program *Traffic Report* kedepannya bagaimana program tersebut dapat bermanfaat bagi pendengar sehingga pendengar merasa di untungkan dengan program *Traffic Report* yang di adakan oleh *Auto Radio* 88,9 FM Bandung.

Dari sinilah kemudian pihak *Auto* Radio 88,9 FM melihat selama 1 atau 2 minggu, selama itu divisi Marketing dan Program *Director Auto* Radio 88,9 FM melakukan *meeting* bersama untuk membicarakan apakah program ini berjalan sesuai yang diharapan yang telihat pada voting SMS yang masuk pada saat siaran berlangsung setiap harinya, menurut Arief Hidayat sebagai informan dalam penelitian ini menyebutka bahwa :

> "pihak *Auto* Radio Sendiri memnyetuji dengan adanya program *Traffic Report* sebagai program unggulan hal ini terlihat pada setiap meeting tidak pernah lupa membahas mengenai perkembangan Program *Traffic Report* tentunnya dengan memfasilitasi segala sesuatu yang berkaitan dengan *Traffic Report* seperti: menyiapkan mobil OBVAN, mencari sponsor, mengadakan clien visit dengan pihak kepolisian, dan tentunya dukungan pihak luar yang membutuhkan saluran yang membantu memberikan informasi lalu lintas seperti program *Traffic Report* ha; ini di ketahui melalui telewicara langsung dengan pendengar". (Sumber: Hasil penelitian, 2011)

Auto Radio 88,9 FM sebagai penyelenggara program *Traffic Report* dapat menyampaikan informasi yang paling *update* mengenai *Traffic Report*, dalam penyampaian informasi tersebut mengingat banyaknya radio lain yang memiliki program yang sama untuk itu demi suksesnya program *Traffic Report* tentunya ada pihak-pihak yang terlibat dalam tahap *planning* dan *programming* di antaranya :

1. Pihak di dalam *Auto* Radio 88,9 FM (*on air*)

   a. Program *Director*

   Bertugas :

   1. Bertanggung jawab menentukan isi berita yang akan di siarkan
   2. Membuat naskah siaran sesuai dengan programnya.
   3. Melakukan tugas-tugas jurnalistik.

   b. Penyiar

   Bertugas :

   1. Sebagai *Continuity Announcer* (penyiar kesinambungan).
   2. Sebagai pembaca berita.

3. Sebagai reporter (melaporkan suatu kejadian atau pristiwa kepada pendengar secara objektif).
4. Sebagai narator.
5. Sebagai *interviewer* (menayangkan sesuatu untuk kepentingan pendengarnya).
6. Komentator.

c. Operator

Bertugas :

1. Memantau jalannya operasional siaran sehari-hari.
2. Bertanggung jawab terhadap kualitas penyiaran, baik berupa materi siaran, kualitas rekaman dan kualitas teknik iklan.
3. Menyusun jadwal penggunaan studio.
4. Menyusun jadwal siaran.
5. Menangani masalah-masalah personalia dari karyawan-karyawan bawahannya.
6. Melakukan fungsi koordinasi dengan bawahannya .
7. Melakukan evaluasi siaran bulanan bagi para penyiar .
8. Memberikan laporan bulanan kepada general Manager.
9. Mengambil keputusan-keputusan yang menjadi wewenang tugasnya.

2. Pihak di dalam *Auto* Radio 88,9 FM (off air)

a. Reporter

Program *Traffic Report* dapat berjalan jika dibantu dengan tugas seorang reporter dimana dalam keadaan *off air* seorang reporter memberi tahu keadaan ruas-ruas jalan di kota Bandung dan terkadang seorang reporter menyiarkan langsung informasi mengenai *Traffic Report* langsung di lapangan.

b. OB VAN (*AUTO SPEED MOBILE*)

Auto Radio 88.9 FM memiliki unit *Outdoor Broadcast Van* (OB Van) yang berbasis mobil CBU (*Completely Built Up*) bermerk Toyota Alphard tipe Vellfire. OB Van Auto Radio 88.9 FM bernama *Auto Speed Mobile* Kendaraan yang telah ditata sebagai mini studio berjalan ini dilengkapi peralatan studio *sound system* dan juga TV LCD 32 serta perangkat – perangkat penunjang lainya. *Auto Speed Mobile* 88.9 FM dapat menjadi *branding space* bagi sponsor dengan harga yang telah di tentukan oleh pihak *Auto* Radio 88.9 Fm, ini juga merupakan salah satu sarana yang di gunakan penulis dalam memperenalkan *Auto* Radio di kalangan masyarakat kota Bandung khusunya bagi para pecinta *automotive.*

Secara *general*, Regular Program dari *AUTO SPEED MOBILE* terbagi menjadi beberapa bagian, yakni :

- *Traffic Report (Morning & Afternoon)*
- *Goes To Campus*
- *Client Visit*
- *Café to café*

- *Auto Sport*
- *Auto Car Clinic*
- *Auto Club/Community*
- *Auto Hangout*
- *Auto Clubbers*

Mobilitas *AUTO SPEED MOBILE* akan menjangkau berbagai tempat yang merupakan *public space* dari mulai hari Senin s.d. Sabtu. Hal ini bertujuan agar program-program dapat berjalan dengan baik dan interaktif dengan para pendengar, hal ini dilakukan demi menjangkau titik-titik yang tidak bisa terjangkau oleh para pendengar.

Berikut adalah OB VAN yang dimiliki oleh *Auto* Radio 88.9 FM yang dinamai *Auto Speed Mobile* pada gambar 1.1 di bawah ini :

Gambar 4.4

OB VAN *Auto* Radio



Sumber : Arsip Auto Radio,2010

3. Pihak di luar *Auto* Radio 88,9 FM

a. Kepolisian

Kepolisian merupakan badan pemerintah yg bertugas memelihara keamanan dan ketertiban umum (menangkap orang yg melanggar undang-undang), selain memberikan informasi seputar *Traffic Report* tercapainya program tersebut tentunya di dukung oleh peran pihak kepolisian terlihat pada saat kegiatan *Traffic Report* melalui kegiatan *roadshow* dan *touring* bersama *club* motor atau mobil Bandung pihak kepolisian yang memberikan ijin dalam melaksanakan kegiatan tersebut tak hanya itu terkadang pihak kepolisian membantu dalam menertibkan suasana jalanan.

b. DLLAJ

Sama halnya dengan polisi namun DLLAJ hanya sebatas menjaga dalam membantu pihak kepolisian dalam memelihara ketertiban lalu lintas.

4.2.3 Tahap *Communicating* yang Dilakukan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* dalam Meningkatkan Minat Pendengar.

Program *Traffic Report* di implemantasikan sebagai salah satu program yang dapat membantu pendengar dalam memberikan informasi yang dapat bermanfaat untuk mengatasi segala sesuatunya mengenai *Traffic Report* dan mengkomunikasikan kepada khalayak khususnya pendengar

bahwa *Auto* Radio mempunyai program unggulan terbaru yang di sajikan secara *up to date* serta berbeda dengan program *Traffic Report* pada umumnya. Program tersebut dapat terwujud atas banyaknya *request* dari para pendengar yang menginginkan program *Traffic Report* di siarkan setiap hari sesuai dengan kebutuhan para pendengar seperti yang di ungkapkan oleh informan penelitian, Arief Hidayat menyebutkan bahwa :

> "Terbukti program *Traffic Report* menjadi program unggulan karena banyaknya *request* dari para pendegar yang masuk untuk menambaah program ini menjadi sehari dua kali menyesuaikan pula dengan kebutuhan para pendengar saat memulai aktifitas di pagi dan saat pulang aktifitas di sore hari pada umumnya". (Sumber: Hasil penelitian, 2011)

Sebagai bentuk komponen komunikasi selain memberitahukan informasi seputar *Traffic Report* melalui pendekatan secara langsung yang dilakukan oleh pihak *Auto* Radio 88,9 FM dengan mengundang pendengar untuk ikut interaktif dalam program *Traffic Report* baik melalui telepon maupun interaktif secara *face to face* namun terkadang tidak efektif karena pesan atau informasi yang di sampaikan tidak menyeluruh.

Keingintahuan para pendengar mengenai *Traffic Rport* membuat mereka aktif dan komunikatif di sela-sela *on air* agar, penyampaian pesan melalui program *Traffic Report* menarik maka modifikasi pesan yang dilakukan menyampaikan pesan secara langsung melalui kegiatan, seperti *roadshow* menggunakan mobil OBVAN di titik keramaian di kota Bandung dengan melakukan kerjasama dengan pihak ansuransi salah satunya mendirikan *stand* di lampu merah dago dimana saat itu juga *crue* OB VAN

di bantu *sales promotions girl* membagikan flyer, topi, masker dan yang lainnya kepada para pengguna jalan yang disiarkan langsung secara *off air*.

Gambar 4.3
Roadshow Auto Radio 88,9 FM Bandung



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2011

Jalan Dago sendiri merupakan jalan yang paling ramai di kunjungi oleh masyarakat baik dari luar kota Bandung maupun daerah Bandung sendiri, biasanya para pengunjung datang ke jalan Dago hanya untuk menikmati suasana kota Bandung, mencari tempat *hangout* atau hanya sekedar untuk berfoto.

Harapan terhadap prilaku publik melalui program ini dengan lebih banyak lagi para pendengar yang mendengarkan program *Traffic Report*.

4.2.4 Tahap *Evaluation* yang Dilakukan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* dalam Meningkatkan Minat pendengar.

Kualitas program agar menjadi suatu program yang unggul dan di minati oleh para pendengarnya perlu di laksanakannya evaluasi dengan memperbaiki sistem dimana berhubungan langsung dengan program *Traffic Report*, memperluas jangkauan informasi baik komunikasi personal,

kelompok dan massa di dalam *Auto* Radio 88,9 FM atau dengan khalayak sekitar khusunya pendengar seperti kutipan hasil wawancara dengan Arief Hidayat sebagai berikut :

> "Memperbaiki kinerja para *crue* baik *on air* maupun *off air* yang terkait langsung dengan program *Traffic Report*, memperluas jangkauan informasi mengenai program *Traffic Report* itu sendiri, menjalin lebih banyak lagi kerjasama dengan pihak luar yang mendukung program ini seperti pendengar dan pihak kepolisian". (Sumber: Hasil penelitian, 2011)

Keberhasilan sampai dimana evaluasi tersebut dilaksanakan dapat terlihat dari kelangsungan program *Traffic Report* yang di laksanakan oleh *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM kedepannyafaktor lain ialah dengan banyaknya masyarakat yang interaktif melalui SMS atau telepon.

Masukan dari para pedengar melalui program *Traffic Report* dengan adanya program tersebut diharapkan mengurangi kemacetan, tingkat kriminal, kecelakaan di jalan raya yang kemudian menjadikan *Auto* Radio 88,9 menjadi saluran radio yang diperhitungkan di kota Bandung. Evalusi setiap saat dilakukan untuk memantau di mana saja kemacetan terjadi hal ini dilaukan semata-mata untuk kepuasan pendengar khususnya pendengar yang sedang berkendara dan evaluasi ini dilakukan oleh pihak *Auto* Radio 88,9 FM secara *off air* maupun *on air,* masyarakat melalui interaktif, dari hasil evaluasi yang di dapat di tinjang lagi dengan mengadakan meeting bersama beberapa divisi termasuk di dalamnya *PR & Promotion*. Hasil yang telah di sepakati bersama lalu di buatlah agenda dimana hasilnya dengan

menambah jadwal siar bagi program *Traffic Report* pada pagi dan sore hari dimana saat memulai aktifitas di pagi hari dan arus pulang di sore hari, hal tersebut dilakukan atas masukan dari pendengar mengenai program *Traffic Report* dan meningkatkan kerja sama dengan instansi yang tekait khususnya pengguna jalan.

4.2.5 Strategi *PR & Promotion Auto Radio* 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* dalam Meningkatkan Minat Pendengar.

Keberhasilan program *Traffic Report* di dukung pula oleh keberadaan pendengar untuk mendengarkan program *Traffic Report* dan Apakah Strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM benar-benar telah dilaksanakan dengan sesuai program perancanaan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM atau tidak serta sampai dimana kelancaran program *Traffic Report* yang telah berlangsung. Hal ini tentunya dapat kita ketahui, melalui minat pendengar akan program *Traffic Report* karena secara tidak langsung memberikan informasi secara akurat, Sejalan dengan hal tersebut Tidjan (1976:71) mengemukakan bahwa minat adalah "gejala psikologis yang menunjukan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang." Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa program *Traffic Report* 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

berbeda agar pesan yang di sampaikan mudah di terima oleh para pendengar yang tentunya dapat bermanfaat serta menjadi bahan referensi bagi pendengar.

Namun faktanya adapun beberapa media dengan *up to date* menyampaikan pesan serupa dan banyak program unggulan di bebeapa radio sehingga banyak alternatif bagi para pendengar selain itu banyak dari program lain menyajikan program yang sesuai dengan kebutuhan yang sesuai dengan keinginan publik tentunya ada kekurangan program lain yang ada di dalam program *Traffic Report* seperti yang di ungkapkan oleh pendengar yang juga sebagai informan penelitian berikut ini :

> "Kekurangannya pesan yang disampaikan tidak menyeluruh terkait dengan jangkauan yang hanya di titik tertentu saja, sedagkan kelebihannya alternatif pendengar yang ingin mengetahui informasi mengenai *Traffic Report* cagupannya dan persaingan yang sangat besar". (Sumber: Hasil penelitian, 2011)

Dan tentunya harapan dari pendengar agar program ini mampu mengatasi permasalahan bagi para pengendara.

4.3 Pembahasan

Strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalui program *Traffic Report* dalam meningkatkan minat pendengar adalah dengan menggunakan tahap-tahap proses operasional *PR & Promotion* menurut Cutlip & Center (1961) yang dikutip oleh Abdurrachman, dimana untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan komunikasi proses operasional *PR & Promotion* 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* dan *programming* merupakan Perencanaan dan pemrograman merupakan 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)
- *Communicating* Merupakan tahap implementasi sesuai fakta/data yang telah dirumuskan dalam perencanaan. (Abdurrachman, 1995:33)
- *evaluating* untuk mengetahui apakah tujuan *PR & Promotion* benar-benar telah dilaksanakan sesuai rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. (Abdurrachman, 1995:33)

Tahap *fact finding* diharapkan bahwa *PR & Promotion* *Auto* Radio 88.9 FM dengan memberitahukan kepada khalayak mengenai program *Traffic Report.* Proses pencarian fakta dilakukan dengan mengetahui khalayak sasaran dari *Auto* Radio sendiri, dimana khalayak sasarannya sendiri dewasa dan remaja, dengan *Audience* dengan memperhatikan selara khalayaknya hal tersebut dapat terlihat pada *Voting* SMS para pendengar.

Tahap *Planning and Programming* segala informasi mengenai *Traffic Report* yang diperoleh dari SMS yang masuk dari pendengar kemudian disaring oleh *PR & Promotion Auto* Radio 88.9 FM dan di tinjau selama kurang lebih 4 hari paling lama selama 2 minggu kemudian setelah di rapatkan dan di ambil keputusan secara bersama pihak/divisi yang berkaitan langsung dengan program *Traffic Report* yang hasilnya kemudian menetapkan program *Traffic Report* sebagai program tetap dimana berlansungnya program ini berkat bantuan pihak-pihak yang terkait. program *PR & Promotion* yang tersusun dilaksanakan secara teratur sesuai dengan perkembangan dari pada organisasi. Misalkan : Program *Traffic Report* yang di adakan setiap harinya.

a. Program Insidental

   Yaitu program *PR & Promotion*, yang disusun jika sewaktu-waktu perlu dilaksanakan, program ini sebagai tambahan dari kegiatan *PR & Promotion*. Misalnya : telewicara dengan pihak kepolisian di sela-sela program *Traffic Report.*

b. Program Darurat

   Yaitu program *PR & Promotion* yang disusun jika tiba-tiba perusahaan mengalami suatu musibah, kecelakaan, atau apapun namanya yang sifatnya mendadak dan harus dengan segera diatasi. Untuk itu, dalam membuat program yang sifatnya mendadak PRO harus dapat mempertimbangkan secara matang untuk dapat menanggulangi atau mengatasi secara cepat tentang kejadian, baik itu masalahnya bahkan pula musibah yang dapat tiba-tiba menimpa organisasi. Misalnya : kesalahan

teknis akibat sinyal akibatnya komunikasi yang di sampaikan pembicara tidak jelas dan tidak terdengar.

Tahap *Communicating* dari strategi *PR & Promotion Auto* Radio 88.9 FM melalui program *Traffic Report* daalam meningkatkan minat pendengar, dengan melihat antusiasme pendenngar terhadap progrram ini melalui interaksi secara tidak langsung dengan menggunakan telepon atau telewicara langsug dengar pendengar saat kegiatan *off air* berlangsung.

Untuk mengetahui tercapainya stratrgi *PR & Promotion* benar-benar telah dilakukan sesuai dengan keinginan pendengar dan divisi *Auto* radio termasuk *PR & Promotion* mengenai program *Traffic Report* sebagai program tetap dalam menarik minat pendegar yang rata-rata pengguna kendaraan.

Sebagai landasan dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan pemikiran korelasi antar komponen dalam strategi dari Effendy (2003). Dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut seperti:

A. Mengenali sasaran komunikasi pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :

    1. Faktor kerangka referensi

        Untuk dapat meningkatkan minat pendengar bukan hanya sekedar membuat suatu program sesuai dengan fenomena akan tetapi disesuaikan sengan kebuuhan dari *Auto* Radio sebab bepengaruh pada kebutuhan pendengar.hal ini tidak sesuai dengan proses pencarian faktanya.

2. Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi (*frame of reference*). *PR & Promotion Auto* Radio 88.9 FM sendiri menyampaikan pesan tidak sesuai dengan kerangka referensi namun menggunakan omunikasi yang berlaku saat itu juga contohnya : telewicara dilakukan hanya 1 kali pada saat *on air* saja
3. Faktor situasi dan kondisi

   Program *Traffic Report* di rencanaka untuk mengambil kesempatan dari fenomena yang terjadi tanpa melihat situasi dan kondisi, contoh : Akibat road show terjadi kemacetan di ruas jalan.
4. Situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan, situasi yang bias menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Tidak efektif sebab jangkauan dari *Auto* Radio pada pendengar sehingga terjadinya hambatan, contohnya : telewicara melalui telepon.

B. Pemilihan media komunikasi

Dalam peilihan mediapun tikak efektif banyak kendala seperti : melakukan promosi dengan membagikan *flyer Traffic*

C. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Program *Traffic Report* penyampaian pesannya monoton seperti reporter atau reportase namun tidak ada tujuannya.

D. Peranan komunikator dalam komunikasi

Memberikan informasi secara akurat kepada pendengar yang sebagian besar dewasa dan sudah bekerja (Effendy, 2003:35)

Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa : “Salah satu faktor yang dapat menyebabkan komunikasi tidak berhasil adalah kurangnya rasa percaya komunikan kepada komunikator, kepercayaan ini banyak berkaitan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator,” (Effendy,1994:44) dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa pendidikan *staff* PR & *Promotions* di *Auto* Radio 88,9 FM dalah minimal D1. Selain itu pengalaman *staff* PR & *Promotions* juga kurang memenuhi standar lamanya mereka bekerja di *Auto* Radio 88,9 FM Bandung disebut pemula mengingat usia *Auto* yang masih berusia 5 tahun, mereka belum hafal benar apa yang harus dilakukan terhadap para pendengar. Cara berkomunikasi para *staff PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung juga belum maksimal karena tidak ada pengawasan SDM sehingga banyak terjadi kesalah pahaman dalm pekerjaan Evaluasi yang dilakukan *PR & Promotion Auto* Radio 88,9 FM Bandung dengan meningkatkan komunikasi persoal baik di dalam maupun secara langsung dengan para pendengar melalui telewicara *face to face*. Evaluasi dilakukan secara rutin kapanpun itu dan sesekali diadakan suatu *meeting* yang berguna untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi, mendengar keinginan para pendengar khususnya program *Traffic report* sekaligus mencari pemecahan masalah tersebut.