BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi Komunikasi Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalaui kegiatan *off-air* sebagai sebuah usaha dari LPP RRI Bandung untuk terus hadir dan menjaga citra dari lembaganya. Hadirnya radio swasta di kota Bandung menjadikan persaingan semakin ketat dan sehat. Keberhasilan kegiatan komunikasi ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif didasari oleh adanya perencanaan yang matang sehingga dapat tercapai dari tujuan dari kegiatan strategi komunikasi tersebut.

Radio swasta muncul di seluruh kota besar di Indonesia dan kini sudah masuk ke kota-kota kabupaten di Indonesia serta adanya radio-radio komunitas yang terus berkembang seiring dengan kebutuhan informasi dan komunikasi pada masyarakat Indonesia pada saat ini terdapat 51 radio swasta dan komunitas di kota Bandung (Data PRSSNI Maret 2015).

Radio harus bersaing ketat dengan televisi swasta yang kian marak belakangan ini serta bersaing dengan media cetak, bukan berarti posisi radio menjadi surut. Bahkan sebaliknya, sebagai media yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan,siaran radio mendapat tantangan baru dan terpacu untuk tetap eksis di hati pendengarnya dan para insan radio harus lebih meningkatkan kreativitasnya dalam mengelola radio tersebut.

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. 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.

> "Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi,berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapidan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas.Dengan strategi komuniaksi ini, berarti dapat ditempuh beberapa caramemakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada dirikhalayak dengan mudah dan cepat" (Arifin Anwar,1994:10).

Definisi strategi menurut Jalaludin Rahmat :"Strategi adalah: suatu langkah untuk mencapai tujuan yang direncanakan dengan melakukan berbagai aktifitas termasuk dialamnya kegiatan, pesan, dan media yang digunakan" (Rahmat, 2001:201)

Selain harus bersaing dengan televisi swasta, stasiun-stasiun radio pun harus dihadapkan pada kenyataan bahwa mereka harus bersaing ketat dengan sesama radio swasta lainnya.Frekuensi radio di kota Bandung terbilang padat. Dengan jumlah penduduk sekitar dua juta jiwa, diperkirakan terdapat lebih dari lima puluh stasiun radio swasta yang terdapat di kota Bandung, oleh karena itu tidak heran ketika radio menjadi salah satu media informasi yang disukai oleh masyarakat pada umumnya.

Pertumbuhan radio swasta yang sangat pesat membuat LPP RRI Bandung sebagai Lembaga penyiaran publik milik pemerintah memiliki banyak pesaing sehingga pada akhirnya citranya sebagai radio pemerintah menurun dan pendengar radio lebih banyak memilih radio swasta untuk di dengarkan. Strategi Komunikasi melaui kegiatan *off-air* merupakan upaya LPP RRI sebagai radio pemerintah tetap berusaha hadir dan menjaga citranya pada saat ini dimana pamor media pemerintah yang terbilang kalah bersaing dengan radio swasta dalam segi hiburan tidak menjadikan LPP RRI begitu saja dilupakan oleh masyarakat.

Upaya-upaya yang dilakukan Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha LPP RRI Bandung dalam menjaga citranya melalui banyak kegiatan seperti *on-air* dan *Off-air,* diantaranya kegiatan *Off-air* ialah mengadakan kegiatan sosial seperti donor darah, bakti sosial dan tenda publik, bekerja sama dengan pihak luar dalam membuat sebuah acara atau pameran yang diselenggarakan LPP RRI Bandung, acara-acara hiburan seperti diantaranya ajang Bintang Radio, wayang 3 dimensi, Saung KoesPlus dan Pameran Batu Akik.

Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha merupakan salah satu bidang yang terdapat di LPP RRI Bandung, dimana Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha khususnya divisi Komunikasi Publik merupakan bidang yang mengurussegala kegiatan kehumasan di dalam LPP RRI Bandung serta kegiatan *off-air*.

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah satu-satunya radio yang menyandang nama negara, siarannya ditujukan untuk kepentingan seluruh lapisan

masyarakat diseluruh wilayah negara kesatuan Republik Indonesia.RRI yang berdiri 24 hari setelah kemerdekaan Republik Indonesia yaitu 11 September 1945, mempunyai peran besar dalam perjuangan kemerdekaan dan dalam perjalanan negeri ini, pendiri RRI adalah bapak-bapak dan Ibu-Ibu Pendiri Bangsa.

Selama 32 tahun RRI menjadi corong pemerintah, maka berdasar UU No.32 tahun 2002, RRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang bersifatindependen, netral dan tidak bersifat komersial yang tugasnya adalah memberikan pelayanan siaran informasi, pelestarian budaya, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan menjaga citra positif bangsa di dunia Internasional. RRI merupakan badan hukum yang didirikan oleh negara yang berdasarkan PP 12 tahun 2005 kedudukannya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden RI.

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal cassette players*. (Ardianto, Erdinaya, 2004:115)"Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya". (Dominick, 2000:242, pada Ardianto, Erdinaya, 2004:115)

LPP RRI sebagai radio milik pemerintah memiliki beberapa program andalan yang menjadi acara siaran mereka yakni Program Pro 1 Pusat dan pemberdayaan masyarakat FM 97.6 Mhz, Pro 2 Pusat kreativitas dan anak muda

FM 96 Mhz, Pro 3 Jariangan berita nasional AM 1215 Khz, Pro 4 Pendidikan dan budaya AM 540 Khz.

Sunarjo menerangkan mengenai pengertian radio, bahwa “Radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima.” (Sunarjo, 1995: 277). Pengertian ini memberikan penjelasan bahwa radio memiliki cakupan yang luas untuk cakupan informasi media massa, karena itu radio sedikitnya akan memberikan efek massal kepada khalayak dari proses siaran yang dilakukannya.

LPP RRI sebagai radio pemerintah berusaha menjaga Citranya di kalangan pendengar kota Bandung, maka dari itu LPP RRI berusaha menjaga Citranya dengan tetap membuat kegiatan *Off-air* dan *On-air*.Pemilihan kegitan *Off-air* ini berdasarkan karena masyarakat sekarang lebih mudah mengetahui keberadaan LPP RRI dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan sehingga LPP RRI Bandung bisa berkomunikasi dengan masyarakat secara langsung.

Upaya meningkatkan Citranya kembali di kalangan masyarakat LPP RRI Bandung menyediakan pelayanan berupa siaran melalui program-program radio yang berkualitas sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi serta hiburam masyarakat kota Bandung. Selain dengan kegiatan *On-air* adapun kegiatan *Off-air*yang dimiliki oleh LPP RRI Bandung yang menjadi bagian dari strategi untuk menjaga Citra LPP RRI Bandung sendiri di masyarakat kota Bandung.

LPP RRI mengalami masa-masa sulit disaat banyaknya radio swasta yang hadir dalam persaingan media penyebar informasi, dimana radio swasta dan

berkembang dan hadir dalam lapisan kehidupan masyarakat Indonesia khususnya Bandung. Maraknya radio swasta membuat persaingan antara radio pemerintah dan swasta semakin ketat, dimana radio swasta hadir dengan inovasi serta program-program yang lebih comdong ke hiburan sehingga menarik perhatian dari masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan mulai terkikisnya Citra dari LPP RRI sebagai radio pemerintah.

Menjaga citra merupakan tujuan dari kegiatan Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha LPP RRI Bandung, Citra yang menjadi cerminan sebuah lembaga dimata masyarakat. RRI sebegai radio pemerintah harus menjadi lembaga yang dapat memfasilitasi dan memberikan pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, mejadi rumah bagi rakyat Indonesia dan menjadi bagian dalam pelastarian budaya, hiburan dan pendidikan untuk masyarakat Indonesia.

Citra menurut Frank Jefkins dalam buku Public Relations Technique, mengatakan bahwa:“Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya” (Ardianto,2011:62). Citra adalah gambaran tentang sesuatu baik individu, organisasi/kelompk, hingga barang/produk yang didapatkan oleh seseorang dari pengetahuan dan pengalaman/stimulus yang pernah dialaminya, citra juga merupakan sesuatu yang coba dicapai oleh semua orang.

Strategi komunikasi disesuaiakan dengan apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut dalam hal ini Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha LPP

RRI Bandung berusaha untuk menjaga Citranya di kalangan pendengar radio di kota Bandung. Strategi yang dilakukan melalui kegiatan *Off-air* seperti mengadakan seminar atau pameran, manjadi pihak sponsorship dalam kegiatan dll.

Dari permasalahan latar belakang tersebut, maka peneliti membuat judul penelitian sebagai berikut : **"Strategi Komunikasi Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung Melalui Kegiatan *Off-Air* Dalam Menjaga Citranya".**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

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

1. Bagaimana Identifikasi Sasaran Khalayak Kegiatan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?

2. Bagaimana Tujuan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?
3. Bagaimana Pesan yang disampaikan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?
4. Bagaimana Media Yang Di Gunakan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?
5. Bagaimana Evaluasi Kegiatan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung Melalui Kegiatan *Off-Air* Dalam Menjaga Citra Lembaganya 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 Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui jumlah keseluruhan dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui identifikasi Sasaran Khalayak Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.
2. Untuk mengetahui Tujuan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.
3. Untuk mengetahui Pesan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia

(LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.

4. Untuk mengetahui Media Yang Digunakan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.
5. Untuk mengetahui Evaluasi Kegiatan Bidang Layanan Dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-air* dalam menjaga Citra Lembaganya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi, dengan bahasan Hubungan Masyarakat khususnya konteks Komunikasi Organisasi tentang Strategi Komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- Bagi Peneliti

  Kegunaan penelitian bagi peneliti untuk mendapatkan pengalamandalam mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dan diharapkan berguna untuk meningkatkan wawasanserta ilmu pengetahuan dan dapat melengkapi kepustakaan mengenai strategi komunikasi .

- Universitas

  Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan literatur maupunreferensi bagi mahasiswa UNIKOM pada umumnya dan khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang melakukan penelitian padakajian yang serupa yang berkaitan dengan bidang strategi komunikasi

- LPP RRI Bandung

  Kegunaan penelitian ini sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi Lembaga Penyiaran Publik Radio RepublikIndonesia (LPP RRI) Bandungagar tetap bisa menjaga Citranya ditengah persaingan dengan radio-radio swasta.