

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Radio merupakan salah satu alat komunikasi yang keberadaannya telah ada sejak lama dan merupakan salah satu media penyiaran komunikasi tertua yang ada sampai saat ini. Sejak lama, Radio telah menjadi media penyampaian pesan yang akurat, cepat dan efektif. Salah satu kelebihan radio jika dibandingkan dengan media lain adalah tingkat kepraktisannya, radio dapat dengan mudah dibawa kemana-mana, dapat dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lainnya dan area jangkauannya luas hingga ke pelosok desa. Effendy mengatakan bahwa radio memiliki julukan sebagai “kekuasaan kelima”, 3 hal yang mendukung radio dijuluki sebagai kekuasaan keelima yaitu : (1) siaran radio bersifat langsung, (2) siaran radio tidak terhalang jarak dan rintangan, (3) siaran radio memiliki daya tarik yang kuat.¹

Di era modern seperti sekarang ini, dimana teknologi internet dan perangkat digital telah berkembang dengan amat pesat, radio masih mempunyai penikmat setia dari berbagai kalangan usia, meskipun kini telah banyak media digital, ternyata radio tetap mendapatkan tempat di hati para pendengarnya. Adanya persepsi di tengah masyarakat yang menganggap bahwa pendengar radio hanya berasal dari kalangan lanjut usia dan kuno,

¹Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h. 107.

sejatinya tidaklah sepenuhnya benar, karena pada kenyataannya pendengar radio berasal dari berbagai kelompok usia.

Sebagaimana data yang dikutip dari Nielsen Radio Audiens Measurement, didapati bahwa 57% dari total keseluruhan pendengar radio berasal dari konsumen masa depan dengan usia yang relatif muda, Pendengar di dominiasi oleh generasi Milenials (15-34 tahun) sebanyak 38%, Generasi X (35- 49 tahun) sebanyak 28% dan generasi Z (10-14 tahun) sebanyak 19 %. Nielsen juga menjelaskan bahwa Radio masih didengarkan oleh setidaknya 20 juta orang konsumen di Indonesia. Saat ini akses untuk mendengarkan radio sudah sangatlah mudah, jika dulu radio hanya dapat didengar melalui radio tape saja, seiring dengan majunya teknologi radio dapat didengar dari perangkat yang lebih personal seperti gawai.

Para pakar meyakini bahwa radio tidak akan kehilangan eksistensinya, sebab walaupun radio tidak dapat memberikan gambaran visual secara mendetail kepada para pendengarnya, namun disinilah letak keistimewaan radio, oleh karena radio hanya dapat didengar, maka radio dapat menciptakan *theater of mind*, radio adalah satu-satunya media yang mampu memberikan gambaran melalui imajinasi para pendengarnya, selain itu radio mampu membangun kedekatan dengan pendengarnya, dalam siaran radio, penyiar yang bertindak sebagai komunikator seolah-olah hanya berbicara kepada satu orang saja, sehingga pendengar yang bertindak sebagai komunikan merasa seolah-olah dia sedang berbicara dengan teman dekatnya. Untuk itu penyiar radio harus mampu menciptakan suasana akrab dan intim dengan para pendengar.

Penyiar tentu saja aspek terpenting dalam siaran radio selain konten dan peralatannya, hal tersebut dikarenakan media komunikasi radio adalah media yang berbasis audio, sehingga penyiar adalah ujung tombak untuk bisa mendapat perhatian pendengar.² Kecakapan yang dimiliki penyiar menjadi hal sangat penting, penyiar juga biasanya merupakan wajah pada program siaran yang ia bawakan, lebih dari itu bahkan bisa menjadi wajah dari radio itu sendiri. Untuk itu penyiar harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan strategi komunikasi yang baik pula.

Strategi komunikasi yang baik, juga konten yang menarik akan sangat membantu radio dalam mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat. Dengan berkembangnya segmentasi radio maka secara tidak langsung akan menimbulkan persaingan antara satu dengan yang lain, baik radio-radio swasta maupun radio milik pemerintah yakni Radio Republik Indonesia (RRI).

RRI Medan adalah satu-satunya stasiun Radio yang dikelola langsung oleh pemerintah, oleh karenanya RRI merupakan Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang kepemilikannya secara penuh ada pada pemerintah, adapun tujuan dari RRI adalah memenuhi kebutuhan publik akan informasi ter-*update* dan *kredibel* yang bersifat netral, independen dan tidak komersial. Ada 4 program yang dimiliki oleh RRI, tiap program memiliki fokusnya masing-masing.

²Werner J Severin dan James W, *Teori Komunikasi Massa, Sejarah, Metode, dan Terpaan di Media Massa*. (Jakarta : Kencana Preneda Media Gorup : 2005), h. 15.

Programa 1 berfokus terhadap siaran Informasi dan pemberdayaan masyarakat, programa 2 berfokus terhadap siaran seputar kreatifitas dan aktivitas anak muda , programa 3 berfokus pada siaran jaringan berita nasional dan kantor berita, yang mana seluruh siarannya merupakan siaran langsung dari RRI pusat yang berada di Jakarta, lalu programa 4 berfokus pada siaran budaya dan pendidikan Indonesia.

Adanya pembagian focus siaran dimaksudkan agar siaran di RRI mampu memenuhi semua seluruh kebutuhan pendengar akan informasi dari berbagai kalangan usia. Persaingan media penyiaran sejatinya merupakan persaingan dalam merebut audiens, untuk menarik perhatian audiens tersebut, pengelola radio harus tahu siapa audiensnya dan apa yang mereka butuhkan, timbulnya persaingan yang cukup kompetitif di media penyiaran saat sekarang ini , mengharuskan setiap pihak manajemen radio untuk lebih jeli lagi dalam melakukan pembagian program acara tertentu untuk menarik minat pendengar dari kalangan yang lebih spesifik.

Salah satunya adalah RRI Pro 2 Medan yang memiliki segmentasi pendengar dari kalangan generasi muda. Generasi muda yang menjadi target audiens dari RRI Pro 2 Medan ini adalah pendengar dari rentang usia 20-35 tahun atau yang biasa disebut generasi millennial, karakteristik pendengar dari kaum muda biasanya cenderung kreatif, suka akan hal hal baru, tidak kaku, dan sangat melek akan teknologi. Untuk itu RRI Pro 2 Medan sebagai pusat kreatifitas anak muda membawakan konten-konten edukatif, informatif maupun bersifat entertainment yang disesuaikan dengan karakteristik pendengar, yaitu siaran-siaran yang identik dengan anak muda yang membahas seputar topik-topik yang lagi *up-date*, hobi &

lifestyle, keberadaan komunitas lokal, konten religius, lagu-lagu top dalam sepekan, dan sebagainya.

RRI Pro 2 medan, sebagai salah satu radio terkemuka di kota medan pastinya memiliki strategi-strategi tertentu, baik strategi dalam program-program yang disajikan maupun strategi dalam penyampaian pesan-pesan informasi untuk menarik perhatian dari kaum muda, salah satu strategi yang menjadi perhatian khusus adalah strategi komunikasi yang dilakukan penyiar RRI Pro 2 Medan dalam menyampaikan pesan-pesan kepada pendengar dari kaum muda. Strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan dengan manajemen komunikasi. Tercapainya tujuan yang telah ditetapkan adalah puncak dari strategi komunikasi yang sudah dirancang sedemikian rupa.³ Di dalam Al-Qur'an sendiri, Allah telah menjelaskan bagaimana seharusnya komunikasi itu dilakukan. Seperti di dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab (70) yang menjelaskan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا^٤

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.*⁴

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya bertakwa dan selalu berkata yang benar adalah sebuah keharusan bagi kaum muslim. Jika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi yang terkandung dalam Alqur'an tersebut, maka makna perkataan yang benar dapat pula berarti perkataan yang sesuai. Dengan

³Effendi, *Ilmu komunikasi*...h. 35.

⁴Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung: Al-Mizan Publishing House, 2019), h. 428.

diterapkannya strategi komunikasi penyiar secara baik dan konsisten , RRI Pro 2 Medan diharapkan akan mampu menarik minat dan mempertahankan eksistensinya dikalangan pendengar yang berasal dari kaum muda.

Menurut Morissan⁵, manajemen dalam suatu media penyiaran memiliki peranan besar dalam menentukan keberhasilan media tersebut. Supaya siaran RRI Pro 2 Medan dapat dilakukan dengan lancar dan efektif maka perlu pengelolaan. Siaran di RRI Pro 2 Medan harus bisa memberikan sesuatu yang menarik agar pendengar dari kaum muda tertarik. Oleh sebab itu aspek penting dalam menarik minat pendengar adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar dalam menyampaikan informasi siaran supaya dapat menarik minat pendengar dari kaum muda.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, muncul ketertarikan dalam pada diri peneliti untuk mencoba mengangkatnya sebagai topik penelitian dengan judul “ **Strategi Komunikasi Penyiar Radio RRI Pro 2 Medan dalam Menarik Perhatian Pendengar Kaum Muda Di Kota Medan**”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio RRI Pro 2 Medan dalam menarik perhatian pendengar kaum muda di kota Medan?

⁵Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio*, (Bandung : Remaja Rosdakarya. 2008), h. 56.

2. Apa Hambatan Komunikasi yang dialami oleh penyiar dalam upaya menarik perhatian pendengar dari kaum muda di Kota Medan
3. Apa Program RRI dalam menarik minat pendengar kaum muda di Kota Medan?

3. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya makna ganda dalam menafsirkan istilah-istilah yang dipakai dalam judul penelitian maka peneliti memberikan batasan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi Penyiar

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), strategi komunikasi adalah sesuatu yang harus dikerjakan demi mencapai kelancaran komunikasi.⁶ Adapun Strategi komunikasi penyiar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Komunikasi yang dilakukan oleh penyiar di depan mikrofon maupun diluar. Strategi komunikasi disini adalah bagaimana cara penyiar menyampaikan pesan informasi siarannya supaya pendengar dari kaum muda tertarik untuk mendengarkan RRI Pro 2 Medan.

2. RRI PRO 2 Medan

RRI adalah satu-satunya radio yang mewakili negara dan menyandang identitas negara, oleh karena itu RRI Bersifat Independen, netral dan tidak komersial yang berfungsi memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan,

⁶Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), h. 1515.

hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional.⁷

RRI Programa 2 Medan merupakan salah satu dari 4 program utama yang dimiliki oleh Radio Republik Indonesia. Kanal ini memiliki segmentasi yaitu anak muda, program ini umumnya menyiarkan informasi yang berhubungan dengan anak muda seperti hobi & Lifestyle, dan musik terbaru. Tagline dari RRI Pro 2 Medan adalah “Sahabat Kreatif.”

3. Kaum Muda

Menurut KKBI, kaum muda atau generasi muda adalah kelompok (golongan,) muda yang kira-kira sama waktu hidupnya.⁸ Menurut buku panduan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, kaum muda umumnya berasal dari 2 generasi, yaitu generasi Milenial dan generasi Z. Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 – 1999, sedangkan generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 2000 keatas.⁹

Kaum muda yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pendengar yang menjadi target audiens RRI Pro 2, yaitu pendengar yang berumur antara 12- 45 tahun, yang termasuk generasi Milenial dan generasi Z.

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

⁷Md Hugo Lidero. *Profil Radio Republik Indonesia*, dalam <https://rri.co.id/profil> Diakses pada 6 Juli 2021.

⁸*Ibid.*, 470

⁹BPS, *Statistik Gender Tematik : Profil generasi milenial Indonesia*, (Jakarta Kementerian Pemberdayaan perempuan dan anak, 2018)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Medan dalam menarik perhatian pendengar kaum muda di kota Medan.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2 aspek, dimana aspek pertama adalah teoritis, dan aspek yang kedua adalah praktis. Baik aspek teoriti maupun praktis, diharapkan mampu memberikan maanfaat kepada berbagai pihak yang terlibat:

1. Secara teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan memberikan sumbangsih pemikiran kepada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam terkhusus pembahasan strategi komunikasi penyiar Radio RRI Pro 2 Medan dalam menarik minat pendengar dari kaum muda.

2. Secara praktis

a. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini, idealnya dapat membawa manfaat berupa wawasan dan informasi tentang kekomunikasian serta melatih kompetensi secara deskriptif, dan dapat mendorong diri sendiri untuk mampu mengevaluasi suatu isu yang berkembang.

b. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi standar bagi institusi yang mencari informasi mengenai metode komunikasi penyiar radio, serta sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

c. Bagi pembaca

Temuan penelitian ini semoga mampu memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca, khususnya penyiar radio dan calon penyiar radio.

5. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam melihat dan mengetahui pembahasan yang ada, maka perlu dikemukakan sistematika penelitian, yaitu :

1. Bagian Awal

Terdiri dari: Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. BAB ini merupakan langkah awal dalam penelitian karena dalam bab ini membahas tentang permasalahan yang akan diteliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, dan juga landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Kerangka tersebut membahas

tentang pengertian strategi komunikasi, pengertian radio, pengertian penyiar radio, karakteristik pendengar radio , konsep tentang menarik perhatian, model AIDA, dan penelitian sebelumnya

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Terdiri dari jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan teknik validasi data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Merupakan inti dari penelitian. Pada bab ini dijelaskan tentang hasil penelitian, pengumpulan data yang dilakukan selama penelitian lapangan berlangsung. Serta menjawab rumusan masalah yang dipaparkan diatas sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang menjadi jawaban singkat dari rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bab ini juga memuat kritik dan saran untuk kebaikan masyarakat ataupun untuk kepentingan penelitian dimasa yang akan datang.

3. Bagian Akhir

Merupakan bagian akhir yang berisikan daftar pustaka dan daftar lampiran.