

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang berkembang pesat memberikan kemudahan bagi masyarakat. Kecepatan internet dapat memudahkan untuk mendapatkan informasi terbaru tidak hanya di dalam Negeri, tetapi informasi dari seluruh dunia tersedia dengan cepat dan mudah. Media sosial yang semakin beragam membuat orang sulit membedakan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Podcast* dan masih banyak lainnya.

Teknologi dan manusia dapat dikatakan hidup berdampingan dan tidak bisa dipisahkan oleh apapun itu. Teknologi pertama yang hadir di Indonesia hanya televisi, hanya sebagian kecil masyarakat memiliki televisi dikarenakan pada masa itu televisi mahal. Masyarakat tertarik dan mudah dipahami dengan televisi yang bisa menampilkan informasi berupa suara (*audio*) dan gambar (*visual*). Pergantian era, internet pun mulai masuk dan masyarakat dengan cepat tertarik menggunakan internet (Amelia, 2020, p. 103)

Masyarakat mulai meninggalkan radio, karena informasi yang disampaikan hanya berupa suara (*audio*). Untuk mendengarkan informasi di radio, masyarakat harus menunggu jadwal program radio. Jika ketinggalan maka informasi yang disiarkan tidak dipulihkan kembali atau tidak tayang ulang kembali oleh pihak radio. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BPS), 50,29% orang mendengarkan radio pada tahun 2003. Angka tersebut menurun pada tahun 2018 hanya 13,31% masyarakat mendengar radio menurut Data Nielsen. Maka tak heran jika banyak stasiun radio swasta yang kini tutup karena pendengar menurun.

Eksistensi radio dapat dilihat dari hasil penelitian yang setiap tahunnya meningkat. Menurut Data Nielsen pada tahun 2019, jumlah pendengar radio meningkat sebesar 57%. Di tahun 2020 masa pandemi Covid-19, pendengar radio tumbuh pesat naik sebanyak 31% dari tahun 2019 lalu. Salah satu radio yang

mendukung eksistensi pendengarnya adalah RRI Kota Sibolga. RRI Sibolga menggunakan teknologi untuk mempertahankan eksistensinya, mengembangkan ide-ide kreatif dan memperluas jaringannya dengan menambahkan program-program. Program RRI Sibolga dapat didengarkan secara *online* ataupun *offline* karena tingginya permintaan dan alat komunikasi yang menarik khalayak untuk mendengarkan.

RRI Sibolga menggunakan beberapa strategi untuk mempertahankan pendengar. Hal ini berkaitan dengan layanan program yang diberikan dan bagaimana informasi yang disampaikan untuk melibatkan pendengar. Stasiun radio perlu mengetahui media apa yang mereka gunakan untuk informasi, berita, hiburan dan lain-lainnya. Pemrograman stasiun radio untuk meningkatkan keakraban pendengar radio.

Persaingan stasiun radio cukup besar untuk merebut perhatian publik. Program radio harus dirancang sedemikian rupa sehingga menyadarkan banyak orang untuk mendengarkan radio. Target program radio harus mengacu pada kebutuhan *audien* dan teliti dalam penyiaran. Sebuah stasiun radio yang membuat slogan *tag line* sendiri yang membedakannya dengan radio yang lain.

RRI Sibolga memiliki berbagai program budaya, media menyajikan informasi dan berita terpercaya, hiburan dan musik disajikan dalam bentuk Pop Indonesia dan lagu daerah. RRI Sibolga sebagai media siaran radio yang bergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati program-program siarannya. Jika RRI Sibolga tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengarnya, pendengar segera beralih ke stasiun radio lain.

RRI Sibolga menggunakan teknologi internet dalam penerapan berbagai aplikasi seperti media sosial lainnya untuk menjaga eksistensi pendengarnya. Aplikasi radio ini sangat berguna untuk menarik khalayak karena radio harus mampu melayani generasi di era modern ini dengan membuat program-program yang khas. Kemudian RRI Sibolga kini tidak hanya *audio* tapi juga *visual*. Direktur radio ini banyak menggunakan RRI Sibolga yang lebih modern sebagai radio, kini kontrolnya dapat didengar di jejaring sosial seperti *Youtube*. Menghadapi perkembangan teknologi, radio terus berkembang dan tidak mati.

Agar komunikasi berjalan lancar dan efektif, RRI Sibolga melakukan strategi untuk membentuk perencanaan dan pelaksanaan. Kesuksesan mengkomunikasikan program RRI berawal dari adanya perencanaan yang baik dan ditujukan untuk memfokuskan program. Strategi yang digunakan untuk melancarkan proses komunikasi dimulai dengan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning product*. Dalam hal *segmenting* dan *targeting*, RRI Sibolga harus menargetkan anak muda usia 15-25 tahun. *Positioning Product* yaitu membuat program musik yang sedang trend dan enak didengar.

Permasalahan di atas menarik untuk dikaji, sehingga menarik bagi penulis untuk menganalisis Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar. Agar kita tahu strategi apa yang digunakan RRI Sibolga untuk mempertahankan pendengarnya.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis merumuskan masalah mengenai:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar?
2. Bagaimana potensi dan hambatan Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar.
2. Untuk mengetahui tantangan Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah:

1. Manfaat Akademis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas pengetahuan sebagai informasi dan dokumen ilmiah untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi serta untuk memberikan gambaran Radio Republik Indonesia (RRI) di Kota Sibolga.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran tentang Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar.

3. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi pengembangan dan pembelajaran ilmu komunikasi khususnya terkait strategi komunikasi di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

E. Batasan Istilah

1. Pengertian Radio

Radio merupakan komunikasi massa yang menawarkan berbagai informasi, hiburan dan pendidikan. Radio sebagai media dapat disiarkan dengan suara dan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Radio jelas memperlihatkan bagaimana komunikasinya dengan pendengar (*audiens*). Stasiun radio sendiri memiliki khas sendirinya dalam saat menyiarkan atau berkomunikasi untuk menarik perhatian publik.

2. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah taktik atau rencana melalui pesan yang umumnya dikomunikasikan mencapai tujuan yang sudah direncanakan di sebuah perusahaan atau organisasi. Strategi komunikasi adalah suatu bentuk perencanaan yang menggabungkan tujuan utama, prinsip dan prosedur organisasi. Strategi yang

dikembangkan dengan baik membantu mengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan. Strategi dibangun berdasarkan kemampuan dan kelemahan untuk mengantisipasi perubahan lingkungan.

Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan maka kita sebagai manusia wajib untuk merasakan dan melalui setiap proses yang ada. Mulai dari proses awal hingga akhir, agar hasil dari komunikasi yang dilakukan dapat tercapai dengan baik dan sempurna. Tidak hanya dalam melakukan kegiatan yang telah direncanakan, tetapi juga dalam prosesnya memerlukan sebuah komunikasi agar tersampainya pesan. Di sini, strategi dalam berkomunikasi juga sangat diperlukan untuk tercapainya target keberhasilan. Terlebih lagi dalam melakukan siaran di radio, keberhasilan dari komunikasi sangatlah penting, jika komunikasi tidak menimbulkan reaksi atau *feedback*, maka dapat dipastikan RRI Kota Sibolga tidak mendapatkan mempertahankan pendengar. Sebab, komunikasi yang dilakukan tidak baik (Maharani, 2021).

Dengan demikian, Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga, juga melakukan sebuah strategi komunikasi dengan masyarakat dalam mempertahankan eksistensi pendengar melalui program siarannya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan gambaran dari seluruh isi bab yang ada dalam penelitian dan memudahkan dalam memahami penelitian ini. Sistematika penulisan ini terdiri dari 3 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI, bab ini terdiri dari pengertian strategi komunikasi, pengertian penyiaran radio, kajian terdahulu dan teori perencanaan.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini terdiri dari fokus dan ruang lingkup penelitian, metode yang digunakan, waktu dan tempat penelitian,

teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN