

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi komunikasi yang saat ini sudah mengalami perkembangan mengenai berbagai macam bidang. Dari sekian banyak yang mengalami perubahan, mungkin media merupakan salah satu yang akhirnya memiliki perkembangan yang cukup signifikan, dimana pada akhirnya itu menjadi sebuah kemudahan yang dirasakan untuk masyarakat dalam memperoleh informasi dan juga hiburan (B. Khoerul, 2020, hal.52-53). Perubahan yang menyebabkan terjadinya perkembangan bagi media massa yang cukup signifikan setiap tahunnya ini berkaitan dengan hadirnya teknologi komunikasi yang memiliki kemajuan yang signifikan. Khalayak umum ini sudah memiliki jiwa yang ketergantungan dengan sebuah informasi, mereka beranggapan bahwa jika informasi yang diinginkan oleh manusia itu merupakan informasi yang aktual, cepat, dan juga terpercaya. Sebuah kebutuhan itu memiliki keterkaitan dengan media massa ataupun elektronik. Dari sekian banyak media yang menyajikan informasi cepat ini salah satunya radio, yang dapat ditunjang dengan hadirnya teknologi.

Media massa radio ini memiliki kaitannya dengan sebuah kebutuhan khalayak yang bisa memuaskan khalayak dengan banyaknya jenis informasi, hiburan, bahkan hingga pendidikan. Radio juga merupakan media massa yang efektif untuk melakukan penyebaran sebuah informasi, banyak jenis informasi yang bisa disalurkan oleh sebuah suara atau audio yang jelas dengan menggunakan bahasa dan juga intonasi suara yang bisa dengan mudah diserap oleh khalayak umum. Radio juga bisa dikatakan dapat menimbulkan sebuah kebiasaan dalam khalayak umum, sebab mereka tidak bisa dijauhkan begitu saja dengan keterbiasaan mereka dalam mendengarkan sebuah radio, karena radio itu sendiri memiliki kepuasan masing-masing bagi penikmatnya.

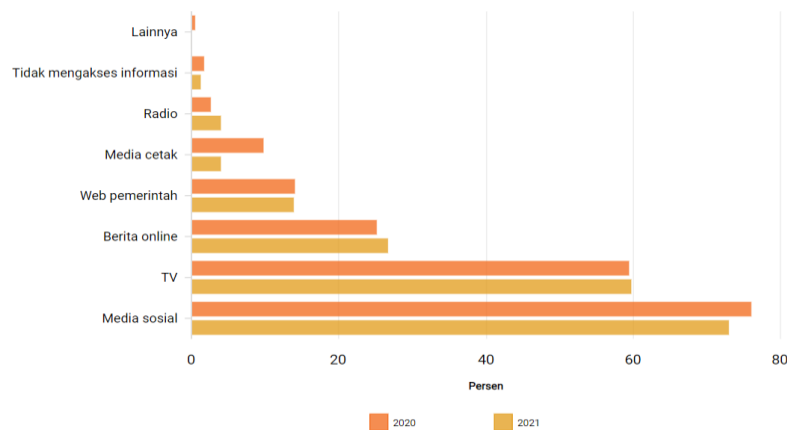
Radio Cakra 90.5 FM ini salah satu dari 255 Stasiun radio swasta yang terdaftar di Bandung, Jawa Barat menurut data yang dihimpun dari PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) cabang Jawa Barat. Kota Bandung memiliki 66 stasiun radio yang dimana menjadikan persaingan di kota tersebut menjadi sangat ketat dalam menarik minat pendengar khususnya warga yang ada di kota Bandung. Keadaan tersebut menjadikan perusahaan stasiun radio berlomba untuk menarik perhatian para pendengarnya dengan mengembangkan dan menunjukkan kreatifitas dan inovasi untuk mempertahankan eksistensi dan kualitas pendengar radio di perusahaannya.

Pergantian seorang pembawa acara atau penyiar dalam sebuah program siaran ini memiliki pengaruh yang sangat besar. Radio Cakra 90.5 FM ini menjadi sebuah subjek yang pas dalam terjadinya penelitian ini. Dengan objek program Saranghai yang dimana program tersebut telah terjadi pergantian seorang penyiar dalam kegiatan siaran setiap harinya.

Vane-Gross memberikan pendapat mengenai jenis program yang dapat menentukan atau memilih minat dari sebuah program (Morissan, 2011, hal.218). Daya tarik atau minat yang dimaksud ialah bagaimana sebuah program dapat menarik perhatian seorang pendengar dengan selaras mempertahankan eksistensi program tersebut. Hal yang sama dengan organisasi media massa yang lain, radio memiliki suatu manajemen media dalam menjalankan tugas dan memiliki tanggung jawab mengenai sukses dan bertahannya suatu stasiun radio swasta. Manajemen media juga mempunyai makna yang bertujuan untuk memenuhi proses dari radio itu sendiri dalam menggapai tujuan sebuah organisasi melalui pihak-pihak yang lainnya. (Morissan, 2011)

Dalam sebuah program siaran radio, selain iklan dan isi dari program yang disajikan, ada komponen lain yang menjadikan suatu program dan radio tersebut dianggap berhasil yaitu kualitas dari penyiarannya. Hal tersebut dapat menghasilkan banyak pendengar ketika pendengar sudah menyukai cara pembawaan dan penyampaian dari penyiarannya. Penyiar sendiri seharusnya sudah memiliki intonasi suara yang jelas dan baik dalam menyampaikan informasi atau pesan yang sedang berlangsung, memiliki keterampilan dalam menggunakan tools yang sudah disediakan selama siaran, dan seorang penyiar diharuskan untuk mempunyai kelihaian dalam melakukan penulisan guna menghasilkan materi yang baik saat sedang siaran langsung. (Prayudha, 2005).

Gambar 1.1 Grafik penggunaan media massa tahun 2020-2021



Sumber: databoks.katadata.co.id

Grafik yang menunjukkan penggunaan media massa dari tahun 2020 sampai tahun 2021 ini memberikan gambaran bahwa penggunaan media massa pada era saat ini lebih banyak yang menggunakan media sosial daripada media massa lainnya. Dilihat dari grafik diatas, bahwa radio memiliki tingkat atau urutan yang termasuk sedikit dari media massa lainnya, hal tersebut berkaitan dengan kurangnya minat dari para pendengar yang ingin mencari hiburan dan informasi dalam penggunaan media massa radio. Oleh karena itu, penyiar dari radio Cakra 90.5 FM ini diharuskan untuk memiliki kemampuan dalam meningkatkan dan juga mempertahankan kualitas serta eksistensi dari sebuah program tersebut. Hal ini juga berkaitan dengan hasil dari

sebuah ide yang cemerlang, kreatif, dan inovatif yang diberikan oleh tim manajemen radio Cakra Bandung terhadap penyiarnya dalam melaksanakan siaran program setiap harinya.

Radio Cakra memiliki segmentasi pendengar yang beragam dan memiliki jumlah pendengar yang tinggi, Radio Cakra Bandung saat ini berada di peringkat keempat di semua segmentasi radio di kota Bandung dengan banyaknya pendengar dengan menduduki peringkat ketiga di semua segmentasi radio di Kota Bandung berdasarkan data yang dihimpun dari AC Nielsen (Dewanti & Primasari, 2023). Frekuensi radio Cakra sangatlah luas mencakup kota hingga kabupaten, sebagian daerah Tasikmalaya, Garut, Sumedang, Subang, Majalengka, Cianjur, Puncak hingga Sukabumi.

Gambar 1.2 Logo Radio Cakra 90.5 FM



Sumber: Arsip Radio Cakra 90.5 FM

Radio Cakra sendiri, menunjukkan bahwa Radio Cakra 90.5 FM telah memiliki jumlah pendengar total saat ini adalah sekitar 686.000 pendengar yang dimana memiliki presentase pendengar berkelas ekonomi atas sekitar 13%, kelas ekonomi menengah sekitar 54% dan kelas ekonomi bawah sekitar 33% yang dimana berisi 44% pendengar pria dan 54% pendengar perempuan (Sumber Survei Nielsen dan Company Profile Radio Cakra 2020). Pada sisi sosial media yang dimiliki oleh Radio Cakra 90.5 FM yaitu Facebook yang dimana memiliki sebanyak 59.5 ribu jumlah Likes, pada Youtube Radio Cakra 90.5 FM memiliki 83.9 ribu subscriber, lalu pada Instagram yang dimana memiliki jumlah follower sebanyak 29 ribu dan pada Twitter memiliki jumlah follower sebanyak 13.2 ribu. Dalam sesi on-air atau off-airnya Radio Cakra membawakan beragam program yang menarik dan informative jika dipresentasikan materi- materi siaran yang dibawakan berupa 60% hiburan, 25% informasi dan 15% pendidikan serta pembawaan materi yang disampaikan penyiar-penyiar akan disajikan beragam jenis musik, yang dipresentasikan dengan 50% lagu dangdut, 35% lagu pop-indo dan 15% lagu daerah (yang dimana lebih didominasi oleh lagu berbahasa sunda).

Radio Cakra 90.5 FM menyajikan beberapa program-program dalam setiap siaran mereka, ditemani oleh penyiar-penyiar yang berpengalaman, program dengan *genre* musik dangdut ada pada DSP-Dangdut Sampai Pagi, Gudang Dangdut, dan lain-lain. Untuk program dengan jenis musik pop ini ada pada program Saranghai dan juga Hits Persada Cakra. Masing-masing dari program tersebut memiliki segmentasi pendengarnya sendiri.

Selain program-program on-air yang telah dipaparkan diatas, Radio Cakra 90.5 FM memiliki beberapa acara yang tersaji dengan melibatkan para pendengarnya, diantaranya yang sudah pernah terlaksana antara lain Kegiatan Off-air atau On-air keliling yang dimana biasanya bertempat di bahu jalan dan persimpangan traffic light lalu juga dari pasar ke pasar, jalan sehat, juga karaoke keliling, saat Ramadhan biasanya juga ada kegiatan berbagi takjil gratis, dan ketika lebaran melakukan halal bihalal dengan pihak radio juga para pendengarnya.

Lalu juga Radio Cakra 90.5 FM support pemerintah bekerja sama dengan kepolisian, dinas kesehatan dan pemerintahan lainnya yang dimana kegiatannya adalah bersosialisasi dan sebagainya, yang dimana Radio Cakra 90.5 ini berusaha untuk selalu dekat dengan para pendengarnya yang biasa disebut “Baraya Cakra” yang artinya adalah Keluarga Cakra.

Pada penelitian terdahulu oleh (Helmilia & Lestari, 2021) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dan paradigma post-positivis yang memiliki tujuan guna mengetahui dan membahas teori strategi komunikasi tim produksi program suara parlemen pagi di TVR Parlemen dalam meningkatkan kualitas program Pagi menggunakan teori strategi pendekatan POAC, yaitu Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (pengendalian atau pelaksanaan), dan Controlling (pengawasan atau evaluasi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tim produksi program "Morning Parliament Voice" menggunakan strategi dengan menambahkan lebih banyak berita atau konten, serta keunggulan dari program ini adalah kecepatan dalam memberikan informasi berita tentang aktivitas di DPR RI. Program ini juga melaporkan berita yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat. Tim produksi akan menekankan berita terbaru dan aktual serta mengundang beberapa pembicara atau pakar untuk melakukan sesi wawancara dalam segmen terakhir yang sedang dibahas untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat. Tim produksi juga melakukan strategi durasi waktu selama proses produksi, dan melakukan evaluasi pasca-produksi untuk melihat kekurangan dari setiap segmen.

Penelitian selanjutnya oleh (Hamid, 2021) yang menjelaskan bahwa penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang memiliki tujuan guna mengetahui komunikasi gagasan, komunikasi kepribadian penyiar, proyeksi strategi dan strategi kontrol suara penyiar program BK Medan Plus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketika proses siaran berlangsung, seluruh penyiar program BK Medan Plus terus berupaya untuk tetap menerapkan sebuah strategi komunikasi agar terciptanya komunikasi yang efektif dengan para pendengar.

Penelitian selanjutnya oleh (Tanjung et al., 2022) yang mengungkapkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan guna mengetahui cara RRI Kota Sibolga mengolah Strategi Komunikasi dalam meningkatkan Eksistensi minat pendengar. Stasiun radio RRI Sibolga sudah menggunakan teknologi untuk mempertahankan ketenarannya, dengan melakukan pengembangan ide-ide kreatif dan memperbanyak cakupan jaringan siarannya dengan

menambahkan sebuah program. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika RRI Sibolga memiliki strategi komunikasi yang dapat mempertahankan ketenaran radionya di kalangan pendengar dengan memanfaatkan teknologi terbaru yaitu internet. Saat ini RRI Sibolga juga sudah bisa didengarkan secara online oleh pendengar setianya melalui aplikasi RRI *Play-Go* dan televisi RRI Net. RRI Sibolga juga melakukan strategi komunikasi guna memberikan peningkatan kesadaran bagi anak-anak muda dengan memberikan program yang dibutuhkan oleh anak muda dengan diiringi oleh tutur kata dan bahasa yang mudah dimengerti anak muda dengan santai ketika menyampaikan informasi dalam menyiarkan program.

Berdasarkan tiga penelitian sebelumnya, belum ditemukan hasil yang menunjukkan Strategi Komunikasi Announcer Di Radio Cakra Bandung Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiaran Program Saranghai. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah penelitian untuk menganalisis strategi komunikasi announcer dalam meningkatkan kualitas penyiaran program Saranghai yang dilakukan Di Radio Cakra 90.5 FM, Bandung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana strategi program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya.

Pada era digital sekarang pemilihan radio sebagai media massa yang digunakan oleh masyarakat tidak lah banyak jumlahnya, masyarakat lebih memilih media massa yang berbasis digital dan maya untuk memperoleh informasi. Selain itu, persaingan ketat antara perusahaan radio yang ada membuat sebuah perusahaan radio seperti Radio Cakra 90.5 FM ini bekerja keras untuk membuat inovasi-inovasi dengan tujuan menarik hati para pendengar dan para calon pendengarnya. Perbedaan materi konten yang dibawa oleh setiap penyiar di radio membuat sebuah radio memiliki daya tarik dan daya jualnya masing-masing. Ada banyak sekali di Bandung ini radio bergenre dangdut seperti halnya Radio Cakra 90.5 FM. Tapi permasalahannya adalah apakah masyarakat terutama kota Bandung ini memilih Radio Cakra atau lebih memilih radio lain untuk didengarkan? Dan bagaimana kualitas Radio Cakra kelak dengan adanya saingan seperti itu? Lalu apa strategi yang sudah dan akan dipersiapkan Radio Cakra 90.5 FM untuk mengatasi itu? serta didukung dengan pengalaman penulis lapangan yang melihat masih banyaknya masyarakat yang lebih memilih perusahaan radio lain untuk didengarkan daripada memilih Radio Cakra 90.5 FM.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas dan ditambah juga pengalaman penulis yang telah dipaparkan lalu menghasilkan suatu kebutuhan penelitian tentang bagaimana strategi sebuah perusahaan radio Cakra 90.5 FM ini untuk memutar otak guna mengembangkan inovasi-inovasinya untuk menjadi perusahaan radio yang dipulih untuk didengarkan masyarakat sehingga eksistensinya terjaga, maka pada penelitian ini penulis akan meneliti dengan mengangkat judul "Strategi Komunikasi Penyiar Di Radio Cakra Bandung Dalam Meningkatkan Kualitas Program Saranghai". Lalu yang menjadi urgensi dan bahan pertimbangan untuk memilih topik dan objek penelitian ini adalah dimana masyarakat luas khususnya di kota Bandung ini dapat menikmati sebuah siaran radio dengan kualitas

seorang penyiar yang komunikatif dalam menyampaikan pesan-pesan atau informasi dari konten atau program dari Radio Cakra, sehingga peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengapa mereka memilih radio cakra sebagai radio yang di dengarkan. Lalu pembaharuan dari penelitian ini dibanding dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah dimana memang mencari hasil dari sebuah penelitian yang berujung pada pembahasan tentang sebuah strartegi, tapi yang akan menjadi poin keduanya ialah dimana mencari tahu tentang pemilihan masyarakat terhadap program radio yang mereka dengarkan, dan mengapa bisa mereka memilih atau tidak memilih program saranghai di Radio Cakra 90.5 FM.

Penelitian ini menggunakan teori strategi yang dikemukakan oleh Susan Tyler Eastman sebagai dasar untuk menganalisis strategi program Saranghai melalui 5 aspek yaitu kesesuaian (*Compability*) yaitu strategi yang memiliki kesesuaian acara dengan kebutuhan pendengar. strategi pembentukan kebiasaan (*Habit formation*) merupakan strategi yang membiasakan pendengarnya dengan cara sapaan penyiar di setiap siarannya. Strategi pengontrolan arus dengar (*Control of audience flow*) yakni memberikan sebuah patokan atau standar mengenai program. Strategi penyimpanan sumber-sumber penyiaran (*Conservation of program resourrces*) merupakan pemeliharaan mengenai sumber-sumber program agar nantinya bisa digunakan kembali dengan warna dan penyampaian yang berbeda serta lebih inovatif. Terakhir, strategi daya penarik massa (*Mass apeal*) yakni hal yang memiliki ciri khas berbeda dari program radio.

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa hal yang akan menjadi tujuan dari penelitian ini, diantaranya:

Untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi penyiar program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam meningkatkan kualitas programnya menggunakan teori yang dikemukakan oleh Susan Tyler Eastman.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun beberapa pokok pertanyaan masalah yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi kesesuaian (*Compability*) dalam program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya?
2. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan (*Habit formation*) dalam program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus dengar (*Control of audience flow*) dalam program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya?

4. Bagaimana strategi penyimpanan sumber-sumber penyiaran (*Conservation of program resources*) dalam program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya?
5. Bagaimana strategi daya penarik massa (*Mass appeal*) dalam program Saranghai di Radio Cakra 90.5 FM dalam menjaga eksistensi programnya?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis sangat diharapkan dapat memberikan kegunaan terhadap pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat dan ilmu serta pengetahuan yang dimana terkait dengan ilmu komunikasi dan Radio Swasta, Pemerintah atau bahkan Radio Komunitas, pada khususnya dimana perkembangan konten-konten pada program sebuah radio yang turut menarik, menghibur, informatik dan berkembang serta bermanfaat. Di samping dari tujuan tersebut, kedepannya penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian lainnya.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian ini sangat diharapkan mejadi sumber media pembelajaran dalam penelitian selanjutnya dan serta menjadi masukan untuk semua Radio Swasta pada umumnya, terlebih untuk Radio Cakra 90.5 FM sendiri.

1.4.3 Aspek Umum

Adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi serta bisa menjadi penambah ilmu bagi peneliti yang sedang melakukan kegiatan penelitian sejenis atau bahkan penelitian lainnya.

1.5 Waktu dan Periode Pelaksanaan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis membagia waktu penelitan menjadi beberapa bagian tahapan yang dilakukan kurang lebih selama enam bulan. Tahapan-tahapan penelitian akan dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan						
		6	7	8	9	10	11	12
1	Penelitian Pendahuluan							
2	Seminar Judul							
3	Penyusunan Proposal							
4	Seminar Proposal							
5	Pengumpulan Data							

6	Pengolahan dan Analisis data							
7	Ujian Skripsi							

Sumber: Olahan peneliti

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dikarenakan objek penelitian ini sudah jelas dan spesifik, serta bidang penelitian yang dikaji terkait sebuah perusahaan, maka untuk menjaga konsistensi tujuan penelitian penulis memiliki ruang lingkup penelitian yang bertempat sebagai berikut:

Kantor Utama Radio Cakra 90.5 FM Jalan Jurang No.80, Pasteur, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung 40161, Jawa Barat.