

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut Effendy (2008:10), komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan memperoleh tanggapan atau umpan balik sesuai dengan maksud dan keinginan pelaku komunikasi. Pada dasarnya, komunikasi adalah bentuk penyampaian antar manusia, di mana yang disampaikan adalah gagasan atau perasaan seseorang kepada orang lain melalui bahasa sebagai sarana. Melalui komunikasi, seseorang dapat mengenal, memahami, dan menerima satu sama lain. Ini menunjukkan bahwa komunikasi memungkinkan kita untuk menjalin hubungan dengan orang lain, termasuk dalam konteks penyiaran radio. Seorang penyiar radio secara terus-menerus berinteraksi dengan pendengarnya, sehingga dibutuhkan kemampuan komunikasi yang efektif guna menciptakan kenyamanan bagi audiensnya.

Strategi komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Strategi ini berperan dalam menggambarkan cara kerja taktis yang ingin dijalankan, meskipun tidak berfungsi sebagai panduan langkah demi langkah (Cangara, 2013: hlm. 61). Strategi komunikasi mencakup perpaduan yang tepat dari unsur-unsur komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, penerima, hingga efek atau hasil yang diharapkan, guna mencapai efektivitas komunikasi. Dalam merancang strategi ini, diperlukan perencanaan yang matang dan penanganan yang cermat, karena kesalahan dalam penyusunannya bisa menimbulkan dampak serius, terutama dalam hal sumber daya, waktu, dan tenaga (Nurdiana & Asfhani, 2018: hlm. 91–101).

Penyiar adalah individu yang bertugas membawakan atau memandu program dalam siaran radio. Untuk menjalankan perannya dengan baik, seorang penyiar perlu memiliki kemampuan berbicara yang baik serta gaya penyampaian yang menarik. Daya tarik program radio sangat dipengaruhi oleh cara penyiar berkomunikasi—semakin unik dan menarik gaya berbicaranya, semakin besar kemungkinan pendengar merasa nyaman. Kenyamanan pendengar menjadi aspek yang sangat penting bagi seorang penyiar, karena ketika pendengar merasa terlibat dan tertarik, mereka cenderung memberikan respon atau umpan balik terhadap pesan yang disampaikan. Seperti diketahui, salah satu fungsi utama radio adalah sebagai media penyampaian informasi kepada publik.

Seorang penyiar perlu memiliki kemampuan untuk membedakan antara persoalan yang kompleks hingga yang bersifat ringan. Kemampuan ini mencakup ketajaman dalam menganalisis, cara mengulas topik, penggunaan kalimat pembuka, sapaan, maupun penutup, serta pemilihan kata-kata khas yang menjadi identitasnya, termasuk keberanian dalam menyampaikan fakta atau kebenaran. Dalam membangun citra dirinya, penyiar sangat dipengaruhi oleh citra stasiun radio tempat ia bekerja, serta segmentasi dan kebutuhan para pendengarnya. Meskipun perhatian penyiar bisa terbagi pada berbagai hal, fokus utama saat ia mengudara mencakup tiga hal penting: menjaga kelancaran siaran tanpa jeda atau keheningan (*dead-air*), menjalin interaksi yang positif dengan pendengar dan meninggalkan kesan yang baik, serta menghubungkan setiap bagian dalam acara secara harmonis.

Menurut Onong (2008), radio merupakan salah satu media komunikasi yang telah hadir sejak lama dan termasuk dalam jajaran media penyiaran paling tua yang masih eksis hingga kini. Sejak awal kemunculannya, radio telah dikenal sebagai sarana penyampai informasi yang cepat, akurat, dan efisien. Dibandingkan dengan media lainnya, radio memiliki keunggulan dalam hal kepraktisan—mudah dibawa ke mana saja, bisa dinikmati sambil melakukan aktivitas lain, serta memiliki jangkauan siaran yang luas, bahkan hingga ke

daerah pelosok. Sementara itu, Effendi (2008) menyebut radio sebagai “Kekuasaan Kelima,” dengan tiga alasan yang mendasarinya: (1) siaran radio disampaikan secara langsung, (2) sinyal radio mampu menjangkau tanpa terhalang oleh jarak atau hambatan fisik, dan (3) radio memiliki daya tarik yang tinggi bagi pendengarnya.

Menurut Arie Ardianto (2020), di tengah pesatnya perkembangan teknologi internet dan perangkat digital saat ini, radio masih tetap memiliki pendengar setia dari berbagai kelompok usia. Meskipun berbagai media digital bermunculan, radio tetap berhasil mempertahankan posisinya di hati para pendengar. Di masyarakat, masih terdapat anggapan bahwa pendengar radio identik dengan kalangan lansia atau dianggap kuno. Namun, data dari Nielsen (2024) melalui survei pengukuran audiens radio menunjukkan bahwa 88% pendengar radio berasal dari kelompok usia muda yang merupakan konsumen masa depan. Rinciannya, 41% merupakan generasi milenial (usia 15–34 tahun), dan 47% berasal dari generasi X (usia 35–49 tahun).

Nielsen juga mencatat bahwa setidaknya ada 20 juta konsumen di Indonesia yang masih rutin mendengarkan radio. Saat ini, mendengarkan radio menjadi semakin mudah; jika dulu hanya bisa diakses melalui radio tape, kini radio dapat dinikmati melalui perangkat pribadi seperti smartphone, seiring dengan kemajuan teknologi.

Para ahli meyakini bahwa radio tidak akan kehilangan eksistensinya, meskipun tidak menyajikan visual secara langsung kepada pendengar. Justru, keunikian radio terletak pada kemampuannya menciptakan *theater of mind*—kemampuan untuk membangun gambaran dalam benak pendengar melalui imajinasi. Radio menjadi satu-satunya media yang bisa menyampaikan visualisasi melalui daya khayal audiensnya. Selain itu, radio juga mampu menjalin kedekatan emosional dengan pendengarnya. Dalam sebuah siaran, penyiar sebagai komunikator berbicara seolah hanya kepada satu individu, sehingga pendengar merasa

sedang bercakap-cakap dengan seorang teman dekat. Oleh karena itu, seorang penyiar dituntut untuk mampu menciptakan suasana yang hangat dan personal.

Menurut Werner S. Severin (2005), penyiar merupakan elemen utama dalam sebuah siaran radio, selain konten dan perangkat teknis yang digunakan. Hal ini dikarenakan radio adalah media berbasis suara, sehingga peran penyiar menjadi kunci untuk menarik perhatian audiens. Kemampuan seorang penyiar sangat menentukan, karena selain menjadi penggerak utama program yang dibawakannya, ia juga bisa merepresentasikan identitas dari stasiun radio itu sendiri. Dengan demikian, penyiar perlu memiliki keterampilan komunikasi yang kuat serta strategi komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi yang efektif, ditambah dengan konten siaran yang menarik, sangat berperan penting dalam menjaga keberlangsungan radio di tengah masyarakat. Seiring dengan berkembangnya segmentasi dalam dunia radio, muncul pula persaingan antara berbagai stasiun, baik yang dikelola secara swasta maupun milik pemerintah, seperti Radio Republik Indonesia (RRI).

Berdasarkan hasil survei sementara, RRI Medan merupakan salah satu stasiun radio yang berada di bawah pengelolaan langsung pemerintah. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP), RRI sepenuhnya dimiliki oleh negara dan memiliki misi utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang akurat, terpercaya, netral, independen, serta bebas dari unsur komersial.

Program siaran sendiri dapat diartikan sebagai bagian dari keseluruhan isi siaran radio, yang terdiri atas beberapa segmen atau acara yang ditayangkan. Setiap program memiliki slot waktu tertentu dan dirancang berdasarkan tema atau konsep tertentu (programming). Di beberapa stasiun, pembagian waktu siaran biasanya sudah dijadwalkan

dalam periode satu hingga enam bulan, mengingat tingginya persaingan untuk memperoleh ruang iklan sebagai bagian dari strategi pemasaran program siaran tersebut.

RRI memiliki empat program siaran, di mana masing-masing memiliki fokus yang berbeda. Programa 1 menitikberatkan pada informasi dan pemberdayaan masyarakat, sementara Programa 2 berfokus pada dunia kreativitas dan aktivitas anak muda. Programa 3 difokuskan pada jaringan berita nasional dan layanan kantor berita, yang seluruh siarannya merupakan siaran langsung dari RRI pusat di Jakarta. Sedangkan Programa 4 lebih menekankan pada konten yang berkaitan dengan budaya dan pendidikan di Indonesia.

Pembagian fokus pada tiap programa ini bertujuan untuk memastikan bahwa RRI dapat menjangkau dan memenuhi kebutuhan informasi bagi pendengar dari berbagai kalangan usia. Pada dasarnya, persaingan dalam dunia penyiaran merupakan upaya untuk menarik dan mempertahankan audiens. Oleh karena itu, pengelola radio perlu memahami siapa pendengar mereka dan apa yang menjadi kebutuhan mereka. Di tengah persaingan media penyiaran yang semakin ketat saat ini, manajemen radio dituntut untuk lebih cermat dalam menyusun dan membagi program acara, agar mampu menarik perhatian segmen pendengar yang lebih spesifik.

Salah satu stasiun radio yang berperan dalam pelestarian budaya lokal adalah RRI Pro 4 Medan di frekuensi 88.4 FM. Stasiun ini berbasis di Provinsi Sumatera Utara dan menyajikan siaran yang memberi ruang bagi publik untuk mengenal serta menikmati keberagaman budaya dan tradisi Indonesia. Hal ini menjadikan Pro 4 sebagai sumber utama bagi pendengar yang memiliki ketertarikan terhadap kekayaan budaya nasional, khususnya generasi muda.

Pro 4 telah menetapkan identitasnya sebagai stasiun radio yang mendorong lahirnya ide-ide orisinal, baik dalam bentuk gagasan maupun karya nyata, guna menciptakan sesuatu yang inovatif dan berbeda dari karya sebelumnya. Selain itu, Pro 4 juga menjadi wadah kreatif bagi anak muda, dengan memberikan ruang partisipasi serta menyelenggarakan layanan secara menyeluruh, baik melalui siaran langsung (on-air) maupun kegiatan luar studio (off-air).

Untuk menjangkau pendengar secara maksimal, Pro 4 menyusun berbagai program menarik yang disiarkan pada pagi, siang, sore, hingga malam hari. Setiap stasiun radio memiliki karakteristik siaran sesuai dengan segmentasinya. RRI Medan 88,4 FM, misalnya, sangat menonjolkan konten yang berkaitan dengan budaya dan tradisi, memperkenalkan musik khas Sumatera Utara, serta memutar lagu-lagu populer yang diminati masyarakat saat ini. Selain itu, Pro 4 juga mendorong interaksi dengan pendengar melalui sambungan telepon. Segmentasi pendengarnya mencakup masyarakat berusia 20 tahun ke atas dari berbagai latar belakang dan profesi. Oleh karena itu, setiap program yang disajikan oleh Pro 4 RRI Medan memiliki audiens atau partisipan tersendiri.

Sebagai salah satu stasiun radio terkemuka di Kota Medan, RRI Pro 4 Medan tentu memiliki berbagai strategi, baik dalam penyusunan program siaran maupun dalam cara menyampaikan pesan informasi untuk menarik minat pendengar khususnya dari kalangan muda. Salah satu strategi utama yang mendapat perhatian khusus adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh para penyiar RRI Pro 4 Medan saat menyampaikan pesan kepada audiens muda. Strategi komunikasi ini merupakan perpaduan antara perencanaan dan pengelolaan komunikasi, di mana pencapaian tujuan yang telah ditetapkan merupakan hasil dari rancangan strategi yang matang.

Menurut Morrisan (2013), manajemen dalam media penyiaran memegang peran penting dalam menentukan kesuksesan sebuah media. Agar siaran di RRI Pro 4 Medan dapat berjalan dengan lancar dan efektif, diperlukan pengelolaan yang baik. Program siaran yang disajikan harus mampu menghadirkan konten menarik agar mampu menarik perhatian pendengar muda. Oleh karena itu, aspek krusial dalam memikat minat pendengar adalah bagaimana penyiar menerapkan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi agar pesan siaran dapat diterima dengan baik dan mampu menarik perhatian audiens muda.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Adapun yang akan menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Redundancy, Informatif,Edukatif penyiar Pro 4 FM 88,4 Mhz RRI Kota Medan.
2. Hambatan Proses, Hambatan Fisik, Hambatan Semantik, Hambatan Psikososial

## **1.3 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana ruang lingkup strategi komunikasi penyiar radio RRI pro 4 medan dalam menarik minat perhatian pendengar dengan kosep *Front Stage* .?
2. Bagaimana Hambatan yang dihadapi penyiar radio RRI pro 4 dalam menarik perhatian pendengar?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang akan di teliti, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat perhatian pendengar siaran Pro 4 dengan kosep *Front Stage* (Lembaga Penyiaran Publik, Radio Republik Indonesia) LPP RRI Medan.
2. Apa saja hambatan yang dihadapi penyiar radio RRI pro 4 dalam menarik perhatian pendengar kaum muda

## **1.5 Manfaat penelitian**

Adapun hasil penelitian ini berdasarkan dari masalah penelitian memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini mampu menambah wawasan pembaca mengenai penerapan strategi komunikasi yang baik melalui penelitian yang dilakukan terhadap Radio Republik Indonesia Medan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan sebagai kerangka bagi penyiar radio ataupun calon penyiar radio dalam menyusun strategi komunikasi penyiaran.