

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari – hari dapat dikatakan bahwa pada dasarnya seseorang akan melakukan interaksi dengan orang lain, sebagai konsekuensi keberadaannya sebagai manusia yang hidup dalam lingkungan sosial. Interaksi yang dilakukan itu membutuhkan media atau sarana sebagai alat yang dapat membantu dalam interaksinya. Sarana yang biasa paling mudah dilakukan adalah komunikasi, karena dengan komunikasi interaksi dapat berjalan dengan lancar. Hal ini dapat dipahami karena pihak – pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat mengungkapkan harapan, ide, gagasan, dan keinginan masing – masing melalui komunikasi.

Media sesungguhnya berada ditengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Media sangat dibutuhkan saat ini. Dimana setiap manusia dituntut untuk bersaing dengan lainnya. Manusia yang hidup ditengah masyarakat sosial harus terus mencari dan menyebarkan sebuah informasi terbaru. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2011:125)

Saluran media terbagi atas media cetak (majalah dan surat kabar), media elektronik (televisi dan radio) dan media online (internet). Masing-masing jenis media ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, penyebabnya adalah sifat fisik masing-masing jenis media tersebut. Sifat dari media cetak yaitu

dapat dibaca dimana dan kapan saja, dapat dibaca berulang-ulang, daya rangsang rendah, pengolahan bisa mekanik dan bisa elektrik, biaya relatif rendah, dan jangkauan terbatas. Kelebihan dan kekurangan sifat televisi yaitu dapat didengar dan dilihat bila ada siaran, dapat dilihat dan didengar kembali bila diputar kembali, daya rangsang sangat tinggi, listrik, sangat mahal dan daya jangkau besar. Sifat radio yaitu dapat didengar bila siaran, dapat didengar kembali bila diputar kembali, daya rangsang rendah, listrik, relatif murah dan jangkauan besar (Morrisan, 2008:11)

Dengan berpedoman kepada media biasanya seorang penerima pesan akan dapat mengetahui informasi-informasi terbaru yang ia butuhkan. Begitu juga seorang pengirim pesan, ia akan menggunakan media sebagai alat untuk mengirimkan informasi apa saja yang layak disebarkan ke khalayak yang lebih luas lagi.

Untuk menggunakan media yang diinginkan biasanya dibutuhkan komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Salah satu yang menjadi saluran komunikasi dalam penyampaian pesan adalah radio. Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (Syamsul, 2009:12)

Radio merupakan salah satu media komunikasi sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio mempunyai sifat khas yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Radio bersifat auditori terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra. Karenanya tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca,

tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Begitu sederhananya untuk menikmati sajian radio. karakteristik media radio itu menguntungkan (Frank Jefkins, 1996:101) dalam bukunya Syamsul, Dasar-dasar Siaran Radio (2009:8) yaitu sebagai berikut:

- a. Murah
- b. Waktu transmisi tidak terbatas
- c. Suara manusia dan music
- d. Tidak memerlukan perhatian terfokus
- e. Teman setia

Radio menurut J.Schupan yang dikutip kembali oleh niken Widiastuti (1992 : 3) dalam bukunya Syamsul, Dasar-dasar Siaran Radio (2009:16) “Radio adalah alat untuk melayani tiga tujuan; memelihara, memperluas, dan melancarkan kebudayaan. Ini perlu diperhatikan dengan munculnya nilai, walaupun nilai penyiarannya pada masyarakat tidak dapat mencapai keseimbangan dan kestabilan”. Selain berfungsi sebagai media informasi, hiburan, dan pendidikan radio berfungsi sebagai alat yang memancarkan kebudayaan. Kebudayaan merupakan hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Media radio berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mencakup ideology, norma, seni, ilmu pengetahuan dan agama (Suemarjan 1990 : 189) dalam Syamsul, Dasar-dasar Siaran Radio (2009:22)

Perkembangan radio saat ini di Indonesia sudah sangat berkembang, baik itu stasiun radio yang berskala nasional maupun local, hal itu pula yang

memperketat persaingan dalam memenuhi kebutuhan akan suatu informasi bagi masyarakat umum.

Di era industrialisasi informasi seperti sekarang ini begitu pentingnya media massa terhadap kemajuan masyarakat. Sebuah media massa dapat menyampaikan informasi yang dapat dirasakan oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa batas waktu tertentu, sehingga kapanpun masyarakat dapat menikmatinya. “media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait, media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi social lain nya”(Mc Quail, 1987 : 3).

Radio berdiri sebagai suatu bisnis yang cukup menguntungkan. Itu artinya, para pendengar tentunya ingin mendengarkan suatu hal yang “*easy listening*”, menarik, dan berguna untuk telinga mereka. Tentunya radio harus menyajikan lagu-lagu yang enak didengar dan tentunya *up to date* serta beragam informasi yang berguna untuk para pendengarnya.

Kota Pekanbaru sendiri merupakan kota yang perkembangan media radionya sangat pesat. Setiap radio yang ada di kota Pekanbaru tersebut memiliki segmentasi pendengar yang berbeda-beda. Segmentasi diperlukan agar stasiun dapat melayani audiennya secara lebih baik, memenuhi kebutuhan dan keinginan audien yang dituju. Radio juga harus memiliki program radio, program ini harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin. Jumlah stasiun radio semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun

radio beserta karyawan membentuk sebuah kinerja yang mengacu pada kebutuhan *audience* yang menjadi target stasiun radio.

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi akibat maraknya pendirian stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek demografis *audience* seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi (Morissan, 2008:221). Untuk lebih jelasnya ada beberapa jumlah radio swasta yang ada di kota pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Daftar Radio Swasta Kota Pekanbaru

No.	Frekuensi Audio	Nama Stasiun Radio Siaran
1.	87,6	PT. Radio Aditya Gemi Nastiti (Aditya FM)
2.	88,4	RRI Pro I
3.	89,2	PT. Radio Perkasa Nusa Baruna Utama (Pekanbaru
4.	90,0	FM)
5.	90,8	PT. Radio Pesona Lembayung Swara Serumpun (Pluss FM)
6.	91,2	PT. Radio Pesona Lembayung Swara Serumpun (Pluss FM)
7.	91,6	RRI Pro III
8.	92,4	PT. Radio Riau Robbani (Robbani FM)
9.	93,9	PT. Radio Dipo Persada (Persada FM)

10.	94,3	RRI Pro IV
11.	95,1	PT. Radio Suara Fajar Safitri (FS Tri FM)
12.	96,7	PT. Radio Suara Muhammadiyah (Mentari FM)
13.	97,5	PT. Radio Anugrah Samira (Graha FM)
14.	98,3	PT. Radio Bhaktera Bahana Swara (Bharabas FM)
15.	99,1	PT. Radio Suara Riau Mandiri (Smart FM)
16.	101,0	RRI Pro III
17.	101,8	PT. Radio Cynthia Rama (CBS FM)
18.	102,6	PT. Radio Monaria (Monaria FM)
19.	103,4	PT. Radio Swara Arum Cendana (Cendana FM)
20.	104,2	PT. Radio Clapita Emas (Clapita FM)
		PT. Radio Warna Warni Nada Kasih Bangsa
21.	105,0	(Warna FM)
22.	105,8	PT. Radio Panca Sapta Pangkalan Kerinci (Pass FM)
		PT. Radio Gemaria Poespa Sri Indrapura
23.	107,5	(Gress FM)
24.	107,9	Rakom Dirgantara
		Rakom Shaloom

Sumber : KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Kota Pekanbaru

Salah satunya Radio Aditya 87,6 FM adalah radio swasta yang sudah berdiri sejak tahun 1988 dengan sasaran pendengar berusia 25 sampai dengan 40 tahun. Dari sasaran usia dapat kita lihat radio ini merupakan radio dewasa, tapi

tidak menutup kemungkinan Radio Aditya FM memiliki program untuk anak muda dapat berkreatifitas.

Dari tahun ke tahun Aditya FM Pekanbaru terus menyusun strategi untuk meningkatkan pendengar. Radio Aditya FM adalah satu diantara radio yang saat ini mulai menapakkan langkah dan telah menyelenggarakan siaran secara terpadu dan kontinyu yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Radio Aditya FM membuat suatu inovasi dengan mengusung konsep siaran yang menyajikan berita dan informasi (*news and information*), pendidikan (*education*), dan hiburan (*entertainment*) secara professional dan berbudaya. Penyajian program yang tepat serta bersinergi dengan waktu dan kebutuhan pendengar saat ini, melibatkan semua komponen masyarakat dan pemerintah sehingga radio Aditya FM nantinya akan menjadi alat kontrol sosial yang efektif dan efisien.

Manajemen Komunikasi dalam sebuah industri media menjadi hal yang memiliki tanggung jawab besar dalam melakukannya. Persaingan industri yang sangat sengit menuntut pengelola dari industri media tersebut melakukan manajemen komunikasi organisasi dalam industri untuk sistem kerja yang terstruktur dan memiliki visi misi dari apa yang mereka kerjakan. Kerjasama yang baik dalam organisasi industri media tersebut antara pimpinan dan bawahan Aditya FM, begitu juga kerja sama dengan pihak luar seperti pemodal, donatur, dan partisipant.

Demi keberlangsungan dan pencapaian yang baik, setiap permasalahan di dalam ruang lingkup industri harus di realisasikan sesuai taraf – taraf dalam ilmu

manajemen komunikasi yang sesuai standar kinerja setiap bagan bagan manajemen dalam perusahaan.

Hal ini berkaitan dengan proses strategi dalam industri radio tersebut dalam menghadapi persaingan industri media dengan membangun program – program siaran yang menjadi tujuan peningkatan, saat ini semakin pesatnya perkembangan industri radio membuat persaingan semakin keras. Pada masa sekarang industri radio harus semakin kreatif membentuk setiap program – program yang ada di radio tersebut.

Begitu juga dari struktural kepemimpinan dalam radio tersebut harus menyiapkan ide ide guna mempertahankan mutu dan kualitas radio itu sendiri, agar pihak – pihak yang terkait semakin loyal dalam menanggapi keseriusan dari industri media elektronik tersebut. Hal ini pun terjadi pada Radio Aditya FM yang harus berusaha keras dalam menjaga kualitas radio dalam menghadapi peraian yang pesat saat ini, mereka melakukan hal – hal berkelanjutan dengan memberikan warna – warna baru dari setiap programnya agar pendengar tetap merasa nyaman untuk mendengarkan radio tersebut, hal ini tidak terlepas dari kerja sama dalam organisasi yang baik . Seperti yang di hadapi oleh Radio Aditya FM dalam jangka waktu dua tahun belakang membuat radio Aditya FM harus melakukan tindakan lebih karena alasan penurunan dari segi pendengar siaran radio mereka. Hal ini bias kita lihat dari konteks pemasang iklan yang turun naik dalam memasarkan produk mereka lewat media siaran radio. Dengan menurunnya para pendengar radio (*audience*), ini akan berkaitan dengan para perusahaan iklan yang juga akan berkurang dalam menempatkan iklan di stasiun radio tersebut. Hal

ini bisa dilihat dari data BPS (Badan Pusat Statistik) Spot iklan Radio Aditya FM jangka waktu tahun 2015/2016, seperti yang terlihat di gambar di bawah ini:

Data BPS Spot iklan Radio Aditya FM tahun 2015

Tabel 1.2

JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES
124	102	40	34	24	124	142	3	168	96	115	86
124	105	14	12	8	52	24	140	20	50	60	60
21	30	155	84	48	120	32	120	20	50	24	14
60	120	217	42	120	40	47	120	150	28	6	100
217	26	44	14	39	30	96	42	210	78	42	80
155	30	132	44	120	30	96	147	44	126	42	57
132	30	110	44	124	85	120	155	132	35	42	33
	112	132	44	32	60	90	217	100	124	150	240
	140	132	42	12	88	120	44	44	217	126	46
	198	24	132	100	88	210	110	50	44	126	137
	124	155	110	42	40	46	42	120	44	147	155
	112	21	132	105	20	138	126	120	44	210	217
	50	124	147	42	49	155	124	210	132	120	217
	45	120	150	126	8	217	100	120	132	210	124
	56	128	120	42	20	46	90	21	154	210	196
	21	56	120	147	150	115	120	20	120	120	50
	30	30	120	120	120	120	56	30	124	120	36
	90	300	50	120	120	42	310	132	155	210	90
	40	95	150	155	120	15	217		155	155	30
	120	90	210	217	210	180	15		217	25	110
	38		30	21	120	12	150		21		
	95		120	3	120	15	21		120		
	44		72	42	150	120	21				
	154		120	55	29	120	210				
			210	210	120						
			15	120	29						
				120	29						
				24	29						
				21	29						
				124	29						
				150	29						
				14	10						
				21	145						
					150						
					180						
					30						
					300						
833	1.912	2.119	2.368	2.668	3.102	2.318	2.700	1.711	2.266	2.260	2.078

Dari gambar diatas terlihat bahwa pemasang iklan pada tahun 2015 mengalami turun naik dari setiap bulannya. Begitu juga yang terjadi pada tahun 2016 yang juga lebih menurun apabila dilihat secara statistik dari tahun sebelumnya. Hal ini bias dilihat juga pada gambar dibawah ini :

Data BPS Spot iklan Radio Aditya FM tahun 2016

Tabel 1.3

JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES
110	116	46	44	126	56						
120	7	138	132	42	30						
124	56	44	120	132	120						
10	12	110	60	44	45						
21	40	68	56	56	30						
120	40	56	44	62	15						
120	16	30	132	217	150						
3	48	300	21	72	60						
73	30	99	25	150	210						
18	74	30	60	50	16						
69	40	120	56	10	30						
69	167	100	70	300	10						
20		89	15	15	5						
		20	210	120	24						
		94	18	60	12						
		172		12	30						
				136	83						
				21	208						
				36	128						
				6	120						
				52	64						
				8	16						
877	646	1.516	1.063	1.727	1.462	0	0	0	0	0	0

Begitulah kondisi yang terjadi pada Radio Aditya FM saat ini. Maka dari itu pihak yang bernaung di dalam perusahaan Radio Aditya FM harus mengeluarkan inovasi baru dalam membangun dan meningkatkan program siaran untuk mempertahankan pendengar guna menjaga jumlah stabilitas spot iklan dan mencapai hasil yang lebih baik untuk kedepannya.

Hal ini berlaku pada setiap unsur dari Radio Aditya tersebut, harus memperkuat faktor – faktor yang menjamin kekuatan untuk industri radio mereka tetap bisa menjaga para pendengar mereka (*audience*) untuk menjaga jumlah stabilitas spot iklan dari industri radio tersebut. Hal Bisa dilihat dari segi strategi, manajemen, teknik, pelaksanaan media, dan kekuatan ekonomi yang harus tetap efektif dan kokoh untuk menghadapi persaingan industri media yang sangat pesat

pada saat ini. Oleh sebab itu dari pihak radio harus menjaga dua hal tersebut untuk tetap bisa bersaing di era industri modern pada saat ini .

Dari fenomena tersebut, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “ *Strategi Manajemen Komunikasi Radio Aditya FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pendengar Guna Menjaga Stabilitas Spot Iklan* ”

B. Identifikasi Masalah

Seperti yang telah diuraikan dari latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Radio Aditya FM membuat suatu inovasi dengan mengusung konsep siaran yang menyajikan berita dan informasi.
2. Manajemen komunikasi memiliki tanggung jawab besar dalam suatu industri media.
3. Persaingan industri yang sangat sengit menuntut pengelola industri melakukan manajemen komunikasi yang terstruktur demi pencapaian visi dan misi industri radio siaran tersebut.
4. Ide dan gagasan baru untuk memenuhi kebutuhan pendengar dalam menjaga stabilitas spot iklan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah mengamati dan meneliti keberlangsungan Manajemen Komunikasi. Manajemen Komunikasi dalam penelitian ini yang dituju adalah Strategi Radio Aditya FM Pekanbaru dalam mempertahankan pendengar guna menjaga stabilitas spot iklan.

D. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Manajemen Komunikasi Radio Aditya FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pendengar Guna Menjaga Stabilitas Spot Iklan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Manajemen Komunikasi Radio Aditya FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pendengar Guna Menjaga Stabilitas Spot Iklan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai kegunaan secara teoritis dan praktis :

- 1. Secara Teoritis** atau menurut kajian akademis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian – penelitian selanjutnya khususnya dalam ilmu komunikasi serta memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi itu sendiri.
- 2. Secara Praktis** penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada insan komunikasi tentang penggunaan media sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang strategi manajemen di Radio sebagai bentuk perkembangan komunikasi yang terjadi di tengah kehidupan bermasyarakat.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan insan komunikasi tentang inovasi baru dalam hal berkomunikasi dan pemahaman bagi seorang pekerja media dalam menciptakan bentuk inovasi baru dalam peranan dalam komunikasi khususnya berkaitan dengan media massa.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau