

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi ialah proses mengirim, menyampaikan atau menginformasikan dari seseorang ke yang lain sehingga bisa saling memahami. kegiatan komunikasi dalam suatu lembaga tujuannya untuk hasil baik dalam suatu himpunan maupun khalayak. Untuk berkomunikasi dengan baik manusia harus mengetahui keadaan atau kondisi serta karakter lawan bicara sendiri (Ngalimun,2017:20).

Menurut Mulyani (dalam Ngalimun 2009:12) komunikasi diartikan sebagai suatu kejadian yang artinya diberikan kepada suatu sikap. Ketika orang memperhatikan perilaku diri seseorang kemudian menyampaikan maknanya, maka komunikasi itu sudah terjadi, apakah seseorang sudah menyadari tindakan yang diperlihatkan dan mengejanya dengan baik. Ketika manusia berfikir tentang hal ini, maka mereka harus menyadari bahwa tak mungkin untuk seseorang tidak berperilaku. Perilaku seseorang pasti mempunyai kekuatan berkomunikasi, sehingga tidaklah mungkin bagi manusia untuk tidak berkomunikasi dengan satu sama lain (Ngalimun,2017:20-21).

Tujuan yang ingin diwujudkan ditentukan juga oleh penentuan strategi komunikasi. Menurut Effendy (Suryadi,2018:5) Dari perencanaan dan pengelolaan komunikasi hingga mampu mencapai tujuan yang direncanakan merupakan strategi komunikasi. Jika ingin suatu tujuan tercapai maka strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana cara kerjanya dijalankan dengan baik, Sehingga dalam artian kata yakni pendekatan ini bisa berbeda suatu saat nanti tergantung dari situasi dan kondisinya (Suryadi,2018:5).

Bittner mengemukakan (Rakhmat,2003:188) bahwa komunikasi Massa merupakan sebuah pesan yang dikomunikasikan dengan media massa pada sekumpulan orang. pernyataan diatas ini bisa dikatakan komunikasi disampaikan kepada seluruh khalayak, seperti pertemuan di tempat umum yang tidak didatangkan oleh banyak orang, dan ketika media massa tidak digunakan berarti tidak dikatakan sebagai komunikasi massa. Media komunikasi yang tergolong dalam media massa salah satunya adalah radio (Ardianto, Komala, Karlinah, 2017:3).

Radio merupakan teknologi yang sering digunakan untuk mengirim sinyal. Radio juga dikenal sebagai alat komunikasi massa. Di Indonesia dari masa kemerdekaan sampai sekarang lembaga penyiar publik yang menjadi sarana komunikasi masyarakat adalah Radio Republik Indonesia (RRI) yang saat ini sudah menyebar luas di lapisan masyarakat di seluruh Indonesia.

Radio Republik Indonesia Kupang ialah salah satu dari banyaknya Stasiun Radio Republik Indonesia yang berada di Indonesia. Seperti RRI secara umumnya, seperti RRI secara umumnya RRI Kupang juga memiliki empat program acara yaitu: Programa 1 berfungsi untuk menyiarkan tentang pemberitaan berkaitan dengan Nusa Tenggara Timur, Programa 2 berfungsi untuk menyiarkan tentang kreativitas remaja di Kota Kupang, Programa 3 merupakan bagian dari jaringan berita nasional RRI Jakarta. Programa 3 selain *me-relay* siaran berita nasional juga menampilkan berita daerah NTT dan Programa 4 merupakan program yang berfungsi untuk menyiarkan berita atau informasi tentang budaya di Nusa Tenggara Timur (RRI Kupang 2020). Dari empat program acara tersebut yang menjadi topik pembahasan penulis yakni Programa 2 yang menyiarkan berkaitan dengan kreativitas remaja.

Berdasarkan wawancara awal penulis kepada salah satu penyiar programa 2 Ibu Ranny Veronika pada Kamis, 29 April 2021 secara langsung, beliau mengatakan segmentasi pendengar pro 2 yakni *rengge* usia 15-25 tahun dan lebih difokuskan kepada kegiatan yang berhubungan dengan remaja. Programa ini mengangkat informasi mengenai pendidikan, kesehatan, usaha dan ekonomi yang diharapkan dapat mengedukasi remaja. Programa 2 ini juga bekerja sama dengan berbagai komunitas remaja yang ada di Kota Kupang, remaja yang berprestasi dan remaja yang sukses di bidang UMKM. Tujuan dari siaran remaja ini adalah untuk meningkatkan minat pendengar terutama yang menjadi sasaran programa 2.

Sebelum munculnya teknologi informasi yang canggih banyak remaja yang mendengarkan program 2, salah satu acara unggulan yang digemari pendengar dalam program 2 ini adalah acara kirim salam yang dimana remaja bisa mengirim salam kepada siapa saja yang diinginkan. Tetapi dengan adanya teknologi informasi yang semakin canggih ditambah lagi pada tahun 2005 program acara kirim salam telah dihapus membuat pendengar remaja sudah tidak sebanyak awal mulanya. Saat ini remaja bisa mengetahui informasi atau berita melalui internet seperti website, atau menontonnya melalui youtube, dan bisa mendengarkan lagu melalui aplikasi joox, spotify dan aplikasi music lainnya.

Adapun penelitian terdahulu yang menurut penulis memiliki relevansi dan dapat menjadi bahan referensi yaitu “Penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh Deasy Permana Putri (2012) dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Coffe Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen, yang menarik dari penelitian ini yakni strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah konsumen adalah dengan cara promosi. Penelitian terdahulu kedua yang dilakukan oleh Aprilia Lianjani (2018) dengan judul Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City, yang menarik dalam penelitian ini yakni Pemerintah Tangerang Selatan melalui divisi smart city melakukan

sosialisasi dengan melalui lima tahapan yaitu tahap penelitian, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan pelaporan.

Alasan Penulis lebih memilih Strategi Komunikasi Programa 2 LPP Radio Republik Indonesia Kupang karena program 2 ini merupakan salah satu program yang menyiarkan informasi yang berkaitan dengan kreativitas remaja di Kota Kupang sehingga membuat penulis lebih tertarik untuk meneliti terkait strategi komunikasi program 2 LPP Radio Republik Indonesia Kupang tersebut.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait bagaimana **“STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAMA 2 LPP RADIO REPUBLIK INDONESIA KUPANG UNTUK MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR REMAJA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian permasalahan penelitian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah **“Bagaimana strategi komunikasi program 2 LPP Radio Republik Indonesia Kupang untuk meningkatkan minat pendengar remaja?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk memperoleh pengetahuan tentang strategi komunikasi program 2 LPP Radio Republik Indonesia Kupang untuk meningkatkan minat pendengar remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari tiga yakni manfaat teoritis, manfaat praktis dan manfaat akademis. Berikut ini pemaparan tentang ketiga manfaat tersebut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian secara teoritis yaitu untuk mengembangkan studi tentang strategi komunikasi LPP RRI Kupang untuk meningkatkan minat pendengar remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1. Bagi LPP RRI Kupang**, dari hasil penelitian penulis bisa menjadi masukan untuk kelangsungan siaran program 2 di LPP RRI Kupang.
- 2. Bagi Penulis**, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan untuk kelangsungan siaran program 2 LPP RRI Kupang untuk meningkatkan minat pendengar remaja.

3. Bagi Peneliti Lain, penelitian ini diharapkan bisa menjadikan referensi tambahan kepada peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian tentang strategi komunikasi program 2 LPP RRI Kupang untuk meningkatkan minat pendengar remaja.

1.4.3 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi tambahan bagi mereka yang tertarik melakukan penelitian tentang strategi komunikasi yakni informatif, persuasif dan edukatif.

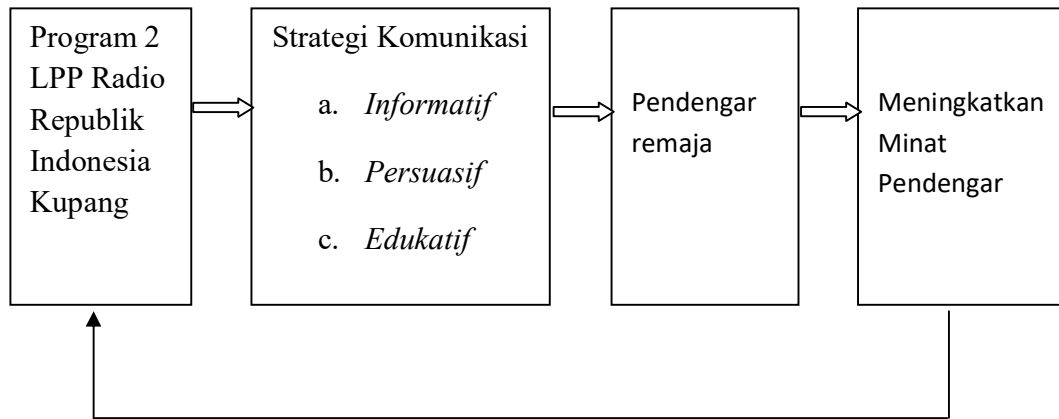
1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis Penelitian

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Uriasumantri (dalam sugiyono, 2009 :60) menyatakan bahwa seseorang yang sedang melakukan penelitian wajib menguasai teori ilmiah untuk dijadikan dasar mengatur kerangka pemikiran untuk menambahkan hipotesis. Kerangka pemikiran adalah konsep fenomena sementara dan fenomena adalah objek masalah.

Alur pemikiran yang menjadi fokus penelitian ini yakni Program 2 LPP RRI Kupang menggunakan strategi komunikasi yakni *informatif*, *Persuasif* dan *Edukatif* dalam meningkatkan minat dengar.

Gambar 1.1



(Sumber : olahan data peneliti,2021)

1.5.2 Asumsi

Asumsi penelitian yang dipegang penulis sebelum melakukan penelitian ini adalah program 2 LPP RRI Kupang menggunakan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat pendengar remaja.

1.5.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari hasil penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Hipotesis ini merupakan proposisi yang berfungsi untuk membuat peneliti peka terhadap fenomena yang diteliti yaitu Program 2 LPP Radio Republik Indonesia Kupang menggunakan teknik strategi komunikasi yakni *Informatif*, *Persuasif* dan *Edukatif* untuk meningkatkan minat pendengar remaja