BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat lues. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel dan kaset musik. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick, 2000:242).

Keunggulan radio siaran adalah bisa di dengarkan dimana saja saat di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Radio memiliki kemampuan menjual bagi pengiklan yang produknya dirancang khusus memahami khalayak tertentu.

Manfaat radio adalah sebagai sarana penyampaian informasi, tempat mencurahkan isi hati, sarana bagi pemerintah untuk mensosialisasikan program-programnya, tempat promosi usaha dan sarana pemelihara budaya. Sedangkan fugsi dalam radio adalah sebagai salah satu media massa (Onong Uchajana, 1993:137-138).

Di era informasi yang semakin canggih saat ini, sudah banyak media elektronik yang berembang. Untuk mendapatkan berita, hiburan dan informasi apapun dapat dengan mudah dan cepat diterima di radio. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan perkembangan masyarakat yang semakin komplek dan global, terutama semakin sulitnya dipisahkan antara kehidupan modern dan komunikasi serta media massa seperti radio, televisi, maka fungsi komuikasi tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan (Wahyu, 2013:64).

Quinn (Ruslan,2002:90-91), menyatakan agar suatu strategi dapat efektif dilaksanakan dalam sebuah program, harus mencakup beberapa hal, diantara objektif, memelihara inisiatif, konsentrasi, fleksibilitas, kepemimpinan yang memiliki komitmen dan terkoordinasi, kejujuran, dan keamanan. Strategi harus menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa,

bukan bereaksi terhadap satu peristiwa. Selain itu, strategi juga mengamankan seluruh organisasi dan semua operasi penting organisasi.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang di tetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis, artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,2013:32). Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memerhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, dalam upaya penyampaian target pendengar memerlukan "programming" atau penata acara (Prayuda,2005:43). Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk format station dengan tujuan menciptakan image stasiun radio itu sendiri.

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan perserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan audience-nya. Guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi, seluruh personil yang mengetahui dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka. Dengan munculnya teknologi komunikasi radio siaran melalui internet pada akhirnya menimbulkan permasalahan baru didunia media massa. Frekuensi yang lazim digunakan ternyata sangat terbatas sehingga perlu diatur oleh pemerintah, selayaknya kekayaan alam lain.

Dari beberapa radio yang ada di Bekasi, tentu menjadi tantangan tersendiri bagi radio Wibawa Mukti untuk terus bisa menyiarkan siarannya. Beberapa radio yang ada di Bekasi, diantaranya:

Strategi Manajemen.., Nasa Ramadhan, Fakultas Komunikasi, 2022

Tabel 1.1 Daftar Radio Bekasi

No	Nama Stasiun Radio	Frekuensi Radio
1.	Madiniyyah Radio	92,6 FM
2.	Gaya FM	93,6 FM
3.	RH56 FM	98,1 FM
4.	Elgangga FM	100,3 FM
5.	Zia FM	101,6 FM
6.	Radio Wibawa Mukti	102,4 FM
7.	Radio Dakta	107,0 FM
8.	Radio Suara Mustika	107,3 FM

Radio Wibawa Mukti merupakan radio LPPL Pemerintah Kabupaten Bekasi yang berdiri dibawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika. Dikutip dari situs *m.rri.co.id (*diakses pada 26 Maret 2020 Jam 17:06 WIB), Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh pemerintah daerah, menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio atau penyiaran televisi. Bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

Radio Wibawa Mukti adalah satu-satunya radio pemerintah Kabupaten Bekasi dan salah satu radio terbesar di Kabupaten Bekasi. Berbagai informasi yang terjadi di Kabupaten Bekasi, diinformasikan melalui radio tersebut. Terutama informasi terkait pemerintahan Kabupaten Bekasi. Misalnya informasi seperti; berita, acara, peresmian, dan lain-lain. Program pemerintah lokalnya berupa wawancara tokoh, penyampaian seputar pemerintah. Dan bincang-bincang dengan tema yang diusung beragam.

Adapun program acara pemerintah seperti :

1. LALAKI (Lalulintas Kota & Informasi (07.00-09.00)
2. TOPP (Tempat Obrolan Pelayanan Publik (09.00-11.00)
3. WARA WIRI (Wanita Bicara Wanita Inspirasi (11.00-13.00)
4. Dongeng (19.00-21.00)

Program adalah segala hal yang ditampilkan (didengarkan) stasiun penyiaran memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran

Strategi Manajemen.., Nasa Ramadhan, Fakultas Komunikasi, 2022

yang dipancarkan stasiun off penyiaran. (Morissan,2008:210). Persaingan stasiun radio di kota-kota besar saat-saat ini cukup tinggi dalam menarik perhatian para pendengarnya. Stasiun penyiaran radio haruslah membuat program acara radio yang unik dan semenarik mungkin untuk dapat mengambil perhatian supaya diminati dan diikuti banyak khalayak.

Penggunaan media radio saat ini sebagai media informasi pemerintah merupakan suatu inovasi yang baik karena memiliki jangkauan yang relatif luas, selain itu tidak terbatas ruang dan waktu. Sehingga dapat dinikmati para pendengarnya walaupun ditengah aktifitasnya dimanapun pendengar berada. Tentu ini merupakan kesempatan bagi radio dalam mengembangkan strategi siaran pemerintahnya yang lebih inovatif dan kreatif lagi.

Sebagai wadah dalam media penyiaran radio dapat memberikan rangsangan terhadap tingkah laku, maupun tanggapan bagi masyarakat. Informasi sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat sehari-hari, sebab semakin banyak orang berhubungan dengan informasi, maka akan semakin banyak pula ilmu pengetahuan, dan wawasan yang didapat.

Menurut Erliana (2005:95) Komunikasi Pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah untuk masyarakat untuk mencapai tujuan rencana negara.

Sebuah stasiun radio dapat mendeskripsikan program pemerintahan dengan jelas dan menarik, apabila pihak radio menerapkan fungsi manajemen yang profesional. Karena radio menuntut daya imajinasi yang tinggi jika dibandingkan dengan media yang lainnya. Sebuah program acara harus dapat dideskripsikan dengan baik agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima sepenuhnya oleh audiens.

Menurut George R. Terry Mengungkapkan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakantindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sumber daya manusia dan sumber lainnya (Malayu H,1986:3).

Dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang profesional, dapat dipastikan stasiun radio dalam menyiarkan program pemerintah tidak akan ditinggalkan oleh pendengaranya.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini adalah "Analisis Deskriptif Program Siaran Embun Pagi Di Radio IC 108FM Kampus STAN", "Komunikasi Penyiar Dalam Membawakan Program Suka-Suka di M2E Radio FM Bekasi" dan "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mara FM Dalam Program Mara Morning".

Berdasarkan latar belakang tersebut, di mana Radio Wibawa Mukti adalah radio yang dibawah naungan Pemerintahan Daerah Kabupaten Bekasi. Penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana radio Wibawa Mukti dalam menyiarkan program pemerintah. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **"Strategi Manajemen Produksi Radio Dalam Penyiaran Program LALAKI"**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang penulis jelaskan diatas pada penelitian ini berfokus pada bagaimana manajemen produksi dalam program LALAKI di Radio Wibawa Mukti

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk lebih fokus dan tidak melebar dalam penelitian ini, penulis perlu membatasi pertanyaan penelitian. Oleh karena itu penulis membatasi pertanyaan Penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen produksi penyiaran Radio Wibawa Mukti dalam penyiaran Program LALAKI?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses bagaimana strategi manajemen produksi yang dilakukan radio Wibawa Mukti dalam penyiaran untuk menyiarkan program LALAKI.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dalam ilmu komunikasi
2. Mengetahui langkah-langkah dalam menjalankan strategi komunikasi radio yang efektif sehingga menghasilkan minat para pendengar.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada insan komunikasi terhadap penggunaan media sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif secara objektif sebagai radio dalam strategi manajemen produksi

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA