
STRATEGI KOMUNIKASI RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) KOTA SIBOLGA DALAM MENINGKATKAN EKSITENSI MINAT PENDENGAR

Oleh

Annisyah Mayang Sari Tanjung¹, Jufri Naldo², Faisal Riza³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: 1annisyahmayangsaritanjung@gmail.com

Article History:

Received: 03-10-2022

Revised: 15-11-2022

Accepted: 25-11-2022

Keywords:

Radio Republik Indonesia
(RRI), Strategi Komunikasi

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga dalam meningkatkan Eksistensi minat pendengar. RRI Sibolga menggunakan teknologi untuk mempertahankan eksistensinya, mengembangkan ide-ide kreatif dan memperluas jaringan siarannya dengan menambahkan program. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa RRI Sibolga mempunyai strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi pendengar yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet. RRI Sibolga sudah bisa didengar secara online yaitu dengan aplikasi RRI Play-Go dan televisi RRI Net. RRI Sibolga melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran anak muda yaitu dengan cara membuat program siaran yang sesuai dengan kebutuhan anak muda dan seorang penyiar menggunakan bahasa yang gaul dan santai saat menyampaikan informasi dalam menyiarkan program.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang melesat berkembang menghantarkan segala kemudahan bagi masyarakat. Kecepatan internet bisa memudahkan masyarakat menerima segala informasi terbaru tidak hanya di dalam Negeri bahkan informasi dari penjuru dunia bisa diakses dengan cepat dan mudah. Media sosial yang semakin beragam membuat masyarakat sulit dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Macam-macam media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, Podcast dan masih banyak lagi.

Masyarakat mulai meninggalkan radio karena informasi yang disampaikan berupa suara (*audio*) saja. Untuk mendengarkan informasi dari radio, masyarakat harus menunggu jadwal program radio tersebut. Jika ketinggalan maka didapat di ulang kembali ataupun informasi yang disiarkan radio tidak bisa ditemukan kembali. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BSI), pada tahun 2003 masyarakat yang mendengarkan radio 50,29%. Angka ini merosot pada tahun 2018 menurut Data Nielsen hanya 13,31% masyarakat mendengar radio. Maka tidak heran sekarang banyak radio swasta yang tutup karena

berkurangnya minat pendengar.

Eksistensi radio bisa dilihat dari hasil survei setiap tahunnya mengalami kenaikan. Berdasarkan Data Nielsen pada tahun 2019, radio mengalami kenaikan pendengar menjadi 57%. Pada tahun 2020 masa pandemi Covid-19 di Indonesia pendengar radio tumbuh pesat naik sebanyak 31% dari tahun 2019 lalu. Salah satu radio yang mempertahankan eksistensi pendengarnya adalah RRI Kota Sibolga. RRI Sibolga menggunakan teknologi untuk mempertahankan eksistensinya, mengembangkan ide-ide kreatif dan memperluas jaringan siarannya dengan menambahkan program. Program-program RRI Sibolga bisa didengar secara *online* ataupun *offline* dijadikan kelebihan untuk media komunikasi yang banyak diminati dan menarik masyarakat untuk di dengarkan.

RRI Sibolga menggunakan beberapa strategi untuk mempertahankan pendengar. Hal ini berkaitan dengan layanan program yang diberikan dan bagaimana informasi yang disampaikan agar menarik pendengar. Stasiun radio harus tahu melalui sarana apa untuk berkomunikasi menyampaikan informasi, berita-berita, hiburan dan lain sebagainya. Pemrograman stasiun radio yang dirancang meningkatkan kedetakatan loyalitas pendengar radio tersebut.

RRI Sibolga memanfaatkan teknologi internet untuk memperkenalkan berbagai aplikasi seperti media sosial lainnya untuk mempertahankan eksistensi pendengar. Aplikasi radio ini sangat berguna untuk menarik minat pendengar masyarakat dengan radio harus mampu melayani generasi yang di era modern ini dengan menciptakan program yang karakteristik. Kemudian RRI Sibolga sekarang tidak hanya *audio*, tapi juga *visual*. Pengelola radio ini sudah banyak megakses RRI Sibolga lebih modern seperti radio sekarang bisa *streaming* didengar melalui media sosial seperti *Youtube*. Dengan mengendalikan kemajuan teknologi, radio akan tetap berkembang dan tidak akan mati.

Permasalahan di atas menarik untuk dikaji sehingga penulis menarik menganalisis Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Sibolga Dalam Meningkatkan Eksistensi Minat Pendengar. Sehingga kita tahu RRI Sibolga melakukan strategi apa untuk mempertahankan eksistensi pendengar.

LANDASAN TEORI

Definisi Strategi Komunikasi

Strategi dapat diidentikkan dengan “taktik”. Secara konseptual, strategi dipahami sebagai langkah-langkah tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan seni yang mencakup kemampuan akal atau pikiran untuk menggunakan semua sumber daya yang tersedia dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan dan efisiensi maksimum. Strategi komunikasi adalah rencana (*planning*) dan manajemen (*management*) komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2013, p. 61).

Menurut Roger, strategi komunikasi dikembangkan sebagai desain untuk mengubah perilaku manusia melalui ide-ide baru. Strategi merupakan taktik yang menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya pikiran dan perasaan tentang orang lain. Secara sederhana, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses mengkomunikasikan pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang memiliki konsekuensi tertentu (Effendi, 2003, p. 8).

Aspek-Aspek Strategi Komunikasi

Aspek-aspek strategi komunikasi merupakan awal dari proses pengembangan strategi. Di dalam strategi komunikasi menuntut perusahaan atau organisasi untuk menemukan kesesuaian strategi, antara lain:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumber daya yang dikelola perusahaan yang berusaha untuk menjadi perusahaan yang lebih unggul untuk memenuhi pelanggannya. Kekuatan terletak pada sumber daya dan kemampuan yang tersedia bagi perusahaan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) merupakan sumber daya perusahaan yang terbatas dibandingkan dengan pesaingnya, dan tidak dapat efektif memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kapasitas keuangan yang terbatas juga menjadi hambatan strategi.

c. Peluang (*Oppotunity*)

Peluang (*oppotunity*) merupakan situasi yang paling menguntungkan lingkungan perusahaan. Perubahan kondisi persaingan, perubahan teknologi, dan peningkatan hubungan pelanggan yang menjadi peluang besar bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman (*threat*) merupakan situasi yang merugikan perusahaan seperti makin banyak pesaing, perkembangan yang lambat dan reformasi peraturan dapat berdampak pada keberhasilan perusahaan (A, 2008, p. 105).

Selain itu, strategi dikembangkan untuk mengerahkan sumber daya organisasi dan mengarahkannya ke visi organisasi. Tanpa strategi yang tepat, sumber daya organisasi akan hancur dan gagal. Strategi melewati beberapa tahapan yaitu, yaitu:

- a. Analisis arah merupakan analisis penentuan visi-misi dan rencana untuk mencapai tujuan dalam organisasi.
- b. Analisis situasi merupakan analisis mengidentifikasi situasi seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menjadi dasar pengembangan strategi.
- c. Penentuan strategi, yaitu analisis identifikasi dan pemilihan alternatif strategi yang dilakukan oleh organisasi.

Untuk menjadi kompetitif dan mencapai hasil strategi, maka sebuah perusahaan menganalisis lingkungan eksternal, mengidentifikasi ancaman, menentukan kemampuan sumber daya dan memiliki kemampuan internal. Pengembangan strategi merupakan proses pemilihan pola perilaku dalam mencapai visi-misi untuk tujuan jangka panjang

Pengertian Penyiaran Radio

Radio merupakan wadah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Suara dari radio diubah dalam bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio ditangkap oleh pesawat radio dan diubah menjadi energi suara melalui *loudspeaker* sehingga dapat didengar.

Penyiar (*announcer*) adalah pembicara yang bertanggung jawab untuk menyampaikan atau mengarahkan program studio. Seorang penyiar radio harus profesional dalam kecakapan atau kepandaian berbicara, tidak mempunyai gangguan bicara seperti gagap ataupun suara tidak normal. Seorang penyiar bertanggung jawab yang menyiarkan berita/informasi, mempromosikan iklan, sebagai *presenter* atau menjadi pelawak (Prayudha, 2005, p. 33).

Secara umum, komunikasi penyiaran dilakukan dalam kelompok dan memiliki tugas masing-masingnya seperti penyiar, produser, penulis skenario, penata musik dan lain-lain.

Seorang penyiar harus memiliki keahlian utama yaitu:

a. Berbicara

Tugas penyiar adalah berbicara dengan kualitas yang baik, seperti penyesuaian suara, pengendalian irama, arketulasi, tempo dan sebagainya.

b. Membaca

Seorang penyiar harus memiliki keterampilan *spoken reading*, yakni membaca naskah siaran terdengar seperti sedang berbicara atau tidak membaca naskah.

c. Menulis

Seorang penyiar memiliki kemampuan untuk menulis naskah siaran sendiri.

Di radio, komunikasi yang dilakukan secara langsung. Penyiar merupakan komunikator yang menyampaikan pesan melalui siaran disampaikan kepada komunikan atau khalayak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini kemudian menggunakan metode deskriptif memerlukan berbagai informasi dari perspektif data maupun sosial atau geografis, wawancara, dokumentasi dan kesimpulan akhir penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini dilakukan di Jl. Ade Irma Suryani Nasution, Simare-mare, Sibolga Utara Kota Sibolga, Sumatera Utara. Waktu survei penelitian sejak bulan Februari 2022.

Jenis data yang dipakai pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer didapat langsung dari informan dengan metode wawancara yang berkaitan terhadap permasalahan. Sedangkan data sekunder untuk penelitian melalui studi pustaka dari sumber-sumber literatur seperti buku, jurnal, artikel, dan lain-lain. Sehingga nantinya dapat dikorelasikan dengan isi penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, diketahui bahwa RRI Sibolga banyak melakukan strategi komunikasi dari meningkat program siaran, pegawai yang handal dan mempertahankan pendengar di zaman teknologi. RRI Sibolga memanfaatkan teknologi internet sehingga eksistensi tetap terjaga. RRI Sibolga sekarang bisa didengarkan secara online melalui RRI *Play-Go*, RRI *Live Streaming* dan RRI sendiri juga sudah memiliki stasiun televisi yaitu RRI Net. Selain itu, RRI Sibolga membangun hubungan dengan masyarakat secara langsung membuat sebuah festival ataupun perlombaan seperti Festival Pelajar Nusantara 2022, Lomba Bintang Dangdut RRI Sibolga, Lomba Desain Logo HUT Ke 77 RRI Sibolga, Pekan Tilawatil Qur'an RRI Sibolga dan masih banyak lagi. Festival dilakukan sesuai anggaran yang dikeluarkan oleh RRI Pusat.

1) Strategi Komunikasi RRI Sibolga dalam Mempertahankan Eksistensi Pendengar

Persaingan RRI Sibolga dengan radio lain membutuhkan banyak elemen pendukung untuk terus memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. karena radio membutuhkan banyak usaha untuk eksis maka salah satu faktor terpenting adalah program siaran radio itu sendiri.

2) Pendengar RRI Sibolga

Pengelolaan siaran yang bagus menjadi syarat mutlak yang harus dilakukan oleh pengelola RRI Sibolga mengingat internet sudah berkembang dengan pesat. Pengelola RRI Sibolga perlu memperhatikan bagaimana menarik perhatian pendengar radio dengan membuat program yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan merencanakan program siaran yang tepat waktu dan sesuai dengan kondisi pendengar.

3) Sumber daya manusia RRI Sibolga

Sumber daya manusia RRI Sibolga diharuskan yang profesional untuk kemajuan RRI Sibolga. Pegawai RRI Sibolga memiliki status yang berbeda-beda yakni Pegawai Negeri Sipil (PNS), Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) dan Pegawai Bukan Pegawai Negeri Sipil (PBPNS).

4) Hubungan RRI Sibolga dengan Masyarakat

Untuk mempertahankan pendengar, RRI Sibolga melakukan hubungan dekat secara langsung dengan masyarakat yaitu mengadakan festival-festival atau *talkshow* yang diadakan kesekolah untuk menarik pendengar khususnya remaja.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan teori gerakan sosial untuk memudahkan menganalisis strategi yang digunakan oleh RRI Sibolga. Hubungan teori *niche* dengan penelitian RRI Sibolga yaitu:

1. *Capital*, struktur pemodal dan pengiklanan RRI Sibolga bersumber dari APBN karena RRI Sibolga merupakan bagian dari Pemerintah. RRI Sibolga memberikan kesempatan kepada instansi Pemerinrah untuk bekerjasama dalam mempertahankan pendengar. Hal ini sejalan dengan visi dan misi RRI Sibolga sebagai pengembangan potensi pendengar.
2. *Types of content* merupakan strategi komunikasi dalam aspek program atau konten media. RRI Sibolga memiliki manajemen segtementasi tersendiri. RRI Sibolga memiliki Pro 1 dirancang untuk Pemberdayaan Masyarakat, Pro 2 untuk Kreativitas Anak Muda dan Pro 3 dari RRI Pusat Jakarta. RRI Sibolga memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas audio dan cakupan Nasional dengan mengoptimalkan dan memanfaatkan internet. RRI Sibolga bisa didengar secara *online* dari RRI *Play-Go* dan bisa didengar lewat stasiun televisi RRI yaitu RRI Net. RRI mengadakan festival-festival yang bisa berhubungan langsung dengan masyarakat. RRI Sibolga menyelenggarakan siaran informasi, pendidikan, budaya dan hiburan. Bertujuan untuk mencerahkan, meningkatkan dan memajukan kreativitas pendengar dalam rangka membangun karakter Bangsa dan melestarikan budaya Sibolga. Hiburan yang menyehatkan dan membentuk watak serta jati diri Bangsa di tengah arus globasasi seperti kemajuan teknologi dan internet.
3. *Audience types* merupakan jenis pendengar dan target pendengar. RRI Sibolga sebagai radio yang aktif dalam penyediaan pelayanan publik dengan lebih memperluas jangkauan di daerah-daerah terpencil yang belum terjangkau. Ada dua jenis pendengar radio yaitu pendengar aktif dan pendengar pasif. Pendengar aktif adalah seseorang yang senang menelpon, mengirim pesan dan berkomentar di media sosial. Pendengar aktif ini diperuntukkan bagi orang-orang yang ingin *request* lagu *favorit* atau mengirim salam kepada teman dan kerabat jauh. Pendengar pasif kurang suka berkomentar atau

request lagu, tetapi lebih suka mengikuti dan mendengarkan apa yang sedang disiarkan oleh RRI Sibolga (Noor, 2016, p. 35).

Penerapan teori *niche* pada RRI Sibolga sejalan dengan strategi komunikasi yang digunakan. Hal ini karena kegiatan penyiaran yang dilakukan oleh RRI Sibolga sudah mencakup sumber-sumber yang mendukung baik dari strategi komunikasi, pendengar dan program siaran RRI Sibolga. Strategi komunikasi RRI Sibolga bukan hanya pada program siaran saja, tetapi sumber daya manusia yang dimiliki RRI Sibolga harus profesional dan berkompeten khususnya pada penyiar Pro 1 dan Pro 2 dalam menyiarkan program siaran.

KESIMPULAN

RRI Sibolga mempunyai strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi pendengar yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet. RRI Sibolga saat ini sudah bisa didengar secara online yaitu dengan aplikasi RRI *Play-Go* dan televisi RRI Net sangat memudahkan pendengar mendengar RRI Sibolga kapan saja dan dimana saja. Akan tetapi, RRI *Play-Go* dan RRI Net kurang diminati pendengar khususnya anak muda Sibolga yang memanfaatkan internet hanya untuk sosial media dan *games online*. RRI Sibolga melakukan strategi komunikasi untuk meningkatkan kesadaran anak muda yaitu dengan cara membuat program siaran yang sesuai dengan kebutuhan anak muda dan seorang penyiar menggunakan bahasa yang gaul dan santai saat menyampaikan informasi dalam menyiarkan program.

Perencanaan strategi manajemen RRI Sibolga berupa perencanaan proposal program siaran Pro 1 dan Pro 2, pendengar, sumber daya manusia, musik yang disiarkan, anggaran, promosi dan para pegawai. Manajemen RRI Sibolga dipengaruhi oleh kebijakan Pemerintah untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Upaya peningkatan RRI Sibolga bergantung pada proses manajemen dalam RRI Sibolga dan kinerja sumber daya manusia RRI Sibolga. Sumber daya manusia RRI Sibolga kebanyakan berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan sebagainya lainnya adalah Pegawai Bukan PNS (PBPNS). Sebenarnya RRI Sibolga kekurangan pegawai tetapi bukan menjadi kendala besar untuk tetap beroperasi memajukan RRI Sibolga menjadi garda terdepan sebagai pelayanan publik dimasyarakat.

Hambatan yang dihadapi oleh RRI Sibolga adalah RRI Sibolga belum dimanfaatkan masyarakat Sibolga secara optimal. Teknologi RRI Sibolga belum selaras dengan perkembangan teknologi digital di dunia Internasional. Kurangnya pegawai RRI Sibolga dalam bidang-bidang tertentu. Luas jangkauan siaran RRI Sibolga belum menyebarluas hingga pelosok Sibolga dan Tapanuli Tengah. Populasi pendengar RRI Sibolga yang belum sebanding dengan luas jangkauan siaran. Kurangnya promosi dalam program siaran RRI Sibolga sehingga banyak masyarakat yang tidak tahu jadwal program siaran RRI Sibolga

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A, J. dan R. B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- [2] A, Ius, Yudo Triartanto. (2010). *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Pustaka Book Publisher
- [3] Amelia, P. (2020). Strategi Manajemen Radio RRI-Pro 2 Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat Kecamatan Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Network Media*,

Vol.3 No.1.

- [4] Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- [5] Darmawati. (2004). *Profil Dan Lintas Sejarah Berdirinya RRI Sibolga Serta Kiprah dan Wujud Radio Publik Milik Bangsa dan Negara*. Arsip RRI Sibolga
- [6] Dahlan, M. S. (2014). Study tentang Etika Komunikasi Dalam Al-Qur'an dan Hadits. *Jurnal Dakwah Tabligh, Vol.15 No.*
- [7] Djamal, H. dan A. F. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. PT. Kencana Prenada Media Group.
- [8] Effendi, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- [9] Effendi, O. U. (2007). *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- [10] Gozali, A. (2019). *Skripsi Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Di Bandar Lampung*. Universitas Raden Intan Lampung.
- [11] Maharani, D. (2021). Strategi RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digitalisasi Penyiaran. *Jurnal Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan, Vol.4 No.1.*
- [12] Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- [13] Morrison. (1967). *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)*. Kencana Prenada.
- [14] Noor, J. (2016). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Group
- [15] Pasaribu, S.J. (2018). *Zaman Penjajahan Belanda Di Daerah Pesisir Tapanuli Tengah Sibolga*. Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara
- [16] Prayudha, H. (2005). *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Bayumedia Publishing.
- [17] Rasjidi, Lili. (2002). *Pengantar Filsafat Hukum*. Mandar Maju
- [18] Sihotang, D. R. (2021). *Skripsi Radio Republik Indonesia (RRI) Di Kota Sibolga (1977-2005)*. Universitas Sumatera Utara.
- [19] Sinar, Tengku Luckman. (1993). *RRI Se Sumatera I*. Medan
- [20] *Website RRI Sibolga*

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN