

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Radio merupakan media yang sudah banyak ditinggalkan. Adanya era digital membuat para pendengar radio beralih ke media digital. Hal ini didukung dengan data dari riset yang dilakukan oleh sebuah situs global yakni wearesocial.com, mengenai penggunaan media media yang ada di Indonesia. Data yang dirilis pada Januari 2023 menunjukkan bahwa dari total populasi masyarakat Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang, menunjukkan 97,8% dari total pengguna internet di Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Sedangkan data yang masih mendengarkan radio mendapatkan urutan paling rendah yakni hanya 51,1% (Maswar, 2024). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kini, posisi tersebut mulai tergeser oleh media baru. Angka 51,1% tersebut menempatkan radio di urutan paling rendah dalam daftar media yang digunakan oleh masyarakat, yang menunjukkan terjadi penurunan minat signifikan terhadap radio.

Dengan rendahnya angka pendengar, dapat terlihat bahwa masyarakat Indonesia saat ini telah beradaptasi pada media baru yaitu media sosial. Melalui media sosial, informasi dapat lebih mudah diakses di mana saja kapan saja. Selain itu juga media sosial menyajikan informasi yang lebih bervariasi sehingga masyarakat lebih terhibur dan tidak membosankan (Nurjayanti, n.d.). Maka eksistensi radio untuk diketahui masyarakat akan terancam, terutama jika tidak mampu beradaptasi. Selain itu, data yang didapatkan dari pra penelitian menyebutkan bahwa radio ini telah dipandang kuno. Ini menunjukkan bahwa radio harus melakukan transformasi agar tetap relevan. Oleh karena itu, peran kehumasan dalam sebuah radio perlu untuk membentuk sebuah upaya agar dapat mempertahankan dan menarik kembali audiens, khususnya generasi muda yang lebih lekat dengan media sosial. Salah satu radio yang mulai melakukan upaya tersebut yakni Radio Republik Indonesia (RRI).

Radio harus terus diketahui dan di kenal oleh masyarakat luas karena radio merupakan media yang dapat diakses dan dapat memberikan informasi secara cepat dan akurat dalam segala keadaan darurat seperti bencana alam. RRI Bandung merupakan lembaga penyiaran pemerintah Indonesia sehingga RRI menjadi radio yang menjadi penyampai berita paling kredibel terutama pada saat darurat. Meskipun RRI Bandung tidak akan berhenti beroperasi karena merupakan lembaga penyiaran

publik milik pemerintah, namun tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana lembaga ini tetap eksis, relevan, dan diketahui oleh masyarakat di tengah pesatnya perkembangan media digital. apabila RRI tidak mampu bertransformasi dan beradaptasi dengan era digital, maka masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan RRI sebagai radio milik pemerintah dan eksistensi RRI berisiko tergerus oleh dominasi media digital yang lebih visual dan interaktif. Akibatnya, masyarakat khususnya generasi muda akan semakin tidak mengenal, apalagi menyadari bahwa negara Republik Indonesia memiliki radio nasional sendiri yang seharusnya menjadi corong komunikasi publik pemerintah.

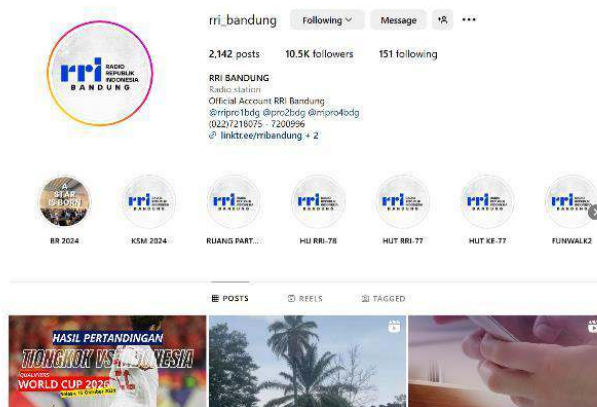
Di sinilah letak pentingnya peran humas dalam mempertahankan eksistensi lembaga. Dalam konteks ini, humas berperan menjalankan fungsi komunikasi publik, yakni menjalankan tugas kehumasan sebagai juru bicara lembaga, membangun hubungan dengan *stakeholder*, menyelenggarakan kegiatan dengan media partner, membangun kerja sama dengan mitra kerja dalam co branding, menjalankan peran kehumasan dengan sesama media, membangun citra positif lembaga, serta melakukan promosi melalui media maupun media luar (Buku Pedoman LPU RRI, 2023). Dengan menjalankan fungsi-fungsi komunikasi publik tersebut, humas RRI Bandung berperan penting dalam memastikan bahwa masyarakat tetap mengetahui dan memahami keberadaan serta fungsi RRI sebagai radio resmi milik pemerintah di tengah transformasi media yang terus berkembang.

Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung meraih dua penghargaan pada acara Anugerah Syiar Ramadhan yang diselenggarakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat. Anugerah Syiar Ramadhan merupakan ajang pemberian penghargaan untuk mengapresiasi program-program siaran keagamaan terbaik di bulan Ramadhan (Pratomo, 2024). Anugerah Syiar Ramadhan yang diselenggarakan pada bulan Mei 2024, melibatkan 394 program siaran yang diikuti oleh berbagai lembaga penyiaran televisi dan radio. Dalam ajang Anugerah Syiar Ramadhan tahun ini, RRI Berhasil meraih dua penghargaan dalam dua kategori yakni dalam kategori wisata budaya radio dengan judul "Majalah Udara" serta kategori layanan masyarakat dengan judul "Sucikan Diri". Bertepatan dengan HUT RRI ke 79 pada September 2024, RRI Bandung kembali meraih dua penghargaan. Penghargaan yang diraih RRI Bandung diberikan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat pada acara Malam Anugerah Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia (KPID Jawa Barat ke 17

(Pratomo, 2024a). Pada acara ini, RRI Bandung berhasil meraih penghargaan dalam kategori Hiburan Seni Budaya Lokal serta dalam kategori Program Peduli Lingkungan Hidup Radio yang dikemas melalui program andalan RRI Bandung yakni Program Dialog Bandung Hari Ini.

Kemenangan yang diraih RRI Bandung di tahun ini menjadi sebuah bukti nyata bahwa RRI Bandung dapat berhasil dalam mempertahankan eksistensinya melalui program-program yang dimilikinya. Keberhasilan RRI Bandung dalam meraih dua penghargaan pada ajang Anugerah Syiar Ramadhan 2024, menunjukkan bahwa RRI Bandung dapat bersaing di antara banyaknya lembaga penyiaran televisi dan radio yang mendaftarkan programnya. Selain itu, dua penghargaan yang diberikan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat kepada RRI Bandung atas program-program yang dimiliki RRI Bandung menjadi sebuah pencapaian bagi RRI Bandung bahwa program-program yang dimiliki RRI Bandung dapat terus mempertahankan eksistensi perusahaan.

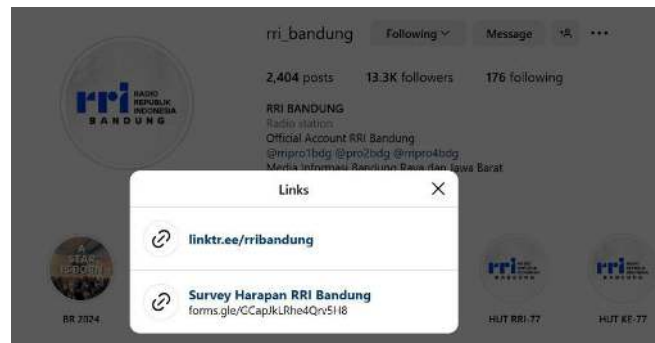
RRI Bandung merupakan stasiun radio milik pemerintah satu-satunya di kota Bandung. RRI Bandung menjadi salah satu radio yang turut serta dalam mengikuti kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Salah satu upaya yang dilakukan humas RRI Bandung yakni dengan memanfaatkan media sosial karena saat ini media sosial sangat diminati oleh masyarakat. RRI Bandung memilih untuk menggunakan media sosial Instagram dengan nama pengguna @rri_bandung sebagai upaya perusahaan untuk menjalin hubungan dengan publik dan menjaga eksistensi perusahaan di era digital.



Gambar 1. 1 Akun Instagram RRI Bandung

Sumber : Instagram RRI Bandung

Sesuai gambar 1.1 mengenai akun Instagram dari RRI Bandung, humas RRI Bandung memanfaatkan Instagram untuk membangun interaksi dengan publik di media sosial. Instagram dari RRI Bandung terlihat aktif dalam melakukan postingan setiap harinya, isi dari postingan akun Instagram RRI Bandung yakni terkait kegiatan yang dilakukan RRI Bandung, program yang sedang berjalan, kondisi wilayah Kota Bandung terkini, informasi terkait bencana yang terjadi, dan informasi-informasi umum terkini yang terjadi di sekitar Kota Bandung. Selain membagikan postingan terkait informasi, RRI Bandung juga membagikan survei harapan pendengar berupa link Google Form yang terdapat pada deskripsi profile Instagramnya. sebagai upaya perusahaan dalam mendengarkan aspirasi dan harapan dari para pendengar RRI Bandung.



Gambar 1. 2 Survei Harapan Pendengar

Sumber : Instagram RRI Bandung

Gambar di atas merupakan salah satu aktivitas humas RRI dalam membangun hubungan dengan para pendengarnya di media sosial Instagram. Humas RRI Bandung memiliki peran yang cukup penting dalam mempertahankan eksistensi dari RRI Bandung. Selain perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang secara pesat sehingga memberikan tantangan bagi humas dalam radio, humas RRI Bandung juga harus menghadapi persaingan dengan Radio Republik Indonesia (RRI) lainnya dari berbagai daerah. Berikut merupakan beberapa Radio Republik Indonesia (RRI) di pulau Jawa.

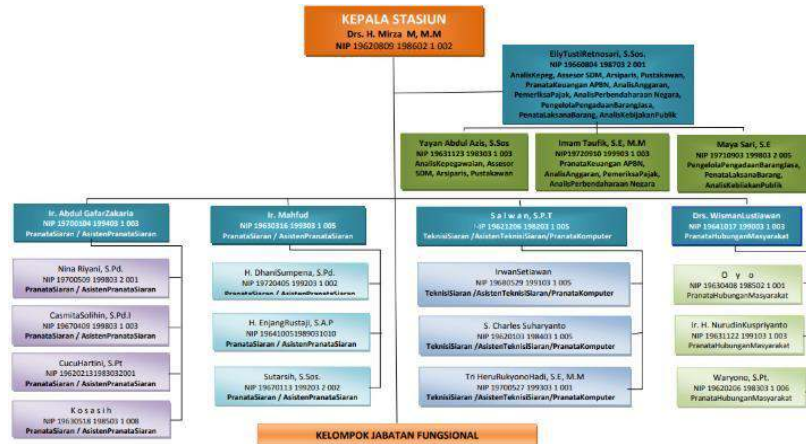
Tabel 1. 1 Perbandingan Beberapa Radio Republik Indonesia Daerah

No.	Nama Daerah	Frekuensi	Media Siaran	Media Sosial
1.	RRI Bandung (Jawa Barat)	Pro 1 97.6 FM Pro 2 96.0 FM Pro 3 88.5 FM Pro 4 AM 540 kHz	· Siaran FM dan AM, · streaming melalui portal dan aplikasi RRI Digital	Jumlah pengikut di Instagram : 20,4k Tiktok : 862 pengikut.

Instagram dibanding cabang RRI pembanding lainnya. Hal ini dilihat dengan adanya jumlah pengikut RRI Bandung di Instagram sebanyak 20,4K. Melalui hal tersebut, RRI Bandung layak untuk diteliti karena RRI Bandung dapat menunjukkan bahwa RRI Bandung dapat beradaptasi dengan adanya media sosial melalui pemanfaatan Instagramnya. Harapan dari penelitian yang dilakukan yakni agar manajemen kehumasan dari RRI Bandung dapat terus menjalankan perannya dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan serta dapat terus beradaptasi mempertahankan eksistensi perusahaan di era teknologi dan komunikasi yang terus berkembang pesat.

Kemajuan teknologi membawa banyak perubahan dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang kehumasan. Humas memiliki peran yang penting dalam sebuah instansi, peran humas dalam sebuah instansi meliputi komunikasi yang dilakukan instansi baik secara internal maupun eksternal, serta mempertahankan eksistensi instansi di mata publik. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Citra dalam penelitiannya yang mengutip pernyataan Cutlip dan Center (2009), humas adalah bagian dari fungsi manajemen yang memiliki tugas untuk menilai sikap publik, mencari tahu kebijaksanaan serta tata cara individu atau organisasi demi kepentingan publik, dan membuat sebuah rencana mengenai suatu kegiatan atau program sebagai upaya memperoleh serta memenuhi dukungan dan eksistensi dari publik.

Adanya era digital menjadi tantangan bagi peran humas dalam perusahaan, persaingan antar perusahaan tentu akan semakin kompetitif untuk terus berinovasi secara digital. Humas harus membentuk upaya untuk dapat mempertahankan perusahaan agar dapat bersaing di era digital ini. Pada dasarnya peran seorang humas dalam perusahaan yakni harus dapat menjaga citra dan reputasi perusahaan di mata publik sehingga humas dapat mempertahankan eksistensi perusahaan dalam segala situasi. Keberhasilan RRI Bandung dalam mempertahankan eksistensi tentunya karena ada peran dan strategi yang diusung oleh manajemen RRI Bandung. Dalam menjalankan peran kehumasannya, RRI Bandung memiliki divisi kehumasan khusus seperti yang tertera dalam struktur perusahaan di bawah ini:



Sumber: Website RRI (<https://ppid.rri.go.id/dokumen/data/16457>)

Menurut Buku Manajemen Media Kontemporer yang ditulis oleh Muhammad Ikhwan, dalam sebuah struktur organisasi radio, terdapat banyak divisi atau departemen yang masuk dalam bidang operasional, salah satunya yakni *public relationss* atau hubungan masyarakat (Humas). Seorang humas dalam radio memiliki fungsi; (1) Membangun citra positif radio, (2) melakukan penandatanganan proposal kerja sama dan melakukan koordinasi dengan program *director* dan *marketing manager*, (3) Menjalin hubungan baik dengan para *stakeholder* atau lembaga yang berpotensi dalam periklanan radio, mendukung program serta pendengar radio. Humas dalam manajemen radio bukan hanya pemberi informasi ke publik untuk menjaga citra perusahaan. Humas juga memiliki fungsi promosi yang mencakup kegiatan promosi program dan promosi penjualan (Ikhwan, 2022). Promosi program meliputi aktivitas untuk menarik menarik serta mempertahankan *audiens* adapun promosi penjualan yakni ditujukan untuk menarik pemasang iklan (Morissan, 2013:161). Seperti yang telah disebutkan, humas dalam radio memiliki fungsi utama seperti humas pada umumnya yakni membangun citra baik organisasi dan menjadi jembatan komunikasi baik internal maupun eksternal perusahaan. Namun humas dalam radio memiliki fungsi lainnya yakni promosi program. hal tersebut menjadi salah satu peran humas dalam radio untuk terus membentuk segala upaya untuk mempertahankan audiens dan menjaga eksistensi perusahaan dimata publik.

Salah satu capaian yang didapatkan humas RRI Bandung yakni pada tahun 2024, RRI Bandung berhasil mendapatkan apresiasi sebagai *stakeholder* dalam kategori media dari Balai Besar Tekstil (BBT). Apresiasi tersebut didapatkan atas hasil dari kerja sama serta menjalin hubungan yang baik dan terjaga antara RRI Bandung

dengan Balai Besar Tekstil. Melalui apresiasi yang didapatkan RRI Bandung sebagai *stakeholder* kategori media, menunjukkan bahwa peran humas dalam RRI Bandung berjalan dengan baik sehingga dapat membangun hubungan yang harmonis antara RRI Bandung dengan pihak-pihak yang bekerja sama (Resty Indah, 2024).

Menurut survei terbaru yang dilakukan oleh GoodStats pada bulan Oktober 2024, RRI mendapatkan urutan pertama sebagai stasiun radio favorit di kalangan anak muda dengan hasil survei Radio Republik Indonesia (RRI) memperoleh hasil 40%. Survei dilakukan melibatkan 500 responden dengan segmentasi seluruh Indonesia. Sebanyak 88% responden berusia 18-25 tahun dan 12% sisanya berusia di bawah umur 18 tahun (Lubis, 2024). Berdasarkan data yang didapatkan, menjadi sebuah bukti pendukung bahwa adanya perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan antar radio yang ada, RRI dapat terus berkembang untuk terus bertahan di era digital, termasuk juga dengan RRI Bandung.

”Peran Humas Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Pada Radio Republik Indonesia (RRI) Jakarta)” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Arfina Rahma Anggraini pada tahun 2023. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian yang sama dengan penulis yaitu metode kualitatif deskriptif. Terdapat kesamaan subjek antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu peran humas radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Adapun perbedaan di antara kedua penelitian ini yakni pada subjek yang menjadi tempat penelitian, dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu menggunakan Radio Republik Indonesia (RRI) Jakarta yang merupakan stasiun pusat dari RRI sebagai subjek penelitian. Berbeda sedangkan subjek penelitian penulis yang menjadikan salah satu radio cabang dari RRI yakni Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung. Hasil akhir dari penelitian ini yaitu humas Radio Republik Indonesia (RRI) Jakarta menjalankan perannya sesuai dengan teori peran humas menurut Dozier dan Broom yakni sebagai *Expert Prescriber, Communication Facilitator, Problem Solving Process Facilitator, Technician Communication*. Penggunaan teori ini juga menjadi pembeda antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial untuk mengetahui bagaimana humas memaknai perannya di era digital ini. Terdapat saran yang diberikan peneliti dalam penelitian terdahulu yaitu untuk Radio Republik Indonesia (RRI)

Jakarta agar dapat mengoptimalkan dan aktif menggunakan sosial media untuk tetap menjaga eksistensi RRI Jakarta.

Penelitian yang berjudul "Peranan *Public relations* dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana" diteliti oleh (Anggraini & Setyanto, n.d.). Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus, hal ini memiliki kesamaan dengan metode yang digunakan oleh penulis yakni metode kualitatif deskriptif. Terdapat perbedaan objek penelitian tersebut dengan penelitian ini, penelitian tersebut menggunakan perusahaan Ramayana sebagai objek penelitian sedangkan penulis menggunakan RRI Bandung sebagai objek penelitian. Hasil dari penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi Ramayana, *public relations* Ramayana pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui kegiatan edukasi kepada masyarakat. Beberapa upaya lainnya selain melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *public relations* Ramayana terus menjaga hubungan dengan *stakeholder* dan berkolaborasi dengan perusahaan *e-commerce* untuk mitra bisnis. Selain itu, upaya lainnya untuk mempertahankan eksistensi perusahaan *public relations* Ramayana juga memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi informasi perusahaan.

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengintegrasikan metode Interpretatif, peneliti akan melakukan proses pengambilan data dengan melalui observasi, teknik wawancara mendalam, dan dokumentasi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yakni paradigma Konstruktivisme. Maka dari itu penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus kepada bagaimana peran *public relations* yang dilakukan di RRI Bandung dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana peran *public relations* yang dilakukan oleh RRI Bandung di era digital sebagai upaya mempertahankan eksistensi perusahaan dan bagaimana transformasi yang dilakukan RRI Bandung. Tujuan lain dari penelitian ini juga untuk dapat menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya terkait peran hubungan masyarakat dalam sebuah perusahaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana peran kehumasan yang dilakukan RRI Bandung sebagai upaya mempertahankan eksistensi RRI Bandung di era digital.
2. Bagaimana transformasi dari radio ke digital yang dilakukan RRI Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembaca terkait bagaimana peran kehumasan yang dilakukan dalam sebuah perusahaan untuk menjaga eksistensi di era digital. Tujuan lain dari penelitian ini juga untuk dapat menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya terkait peran hubungan masyarakat dalam sebuah perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis, penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat menjadi rekomendasi dan referensi bagi para pembaca terkait fenomena yang telah dipaparkan, selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang dalam membangun peran *public relations* perusahaan.

Penelitian ini memiliki manfaat praktis yang diharapkan dapat memberikan rekomendasi maupun referensi bagi manajemen RRI Bandung dalam mengembangkan peran kehumasan yang ada serta dapat menjadi masukan untuk RRI Bandung agar terus dapat mempertahankan eksistensi di era mendatang.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di kantor RRI Bandung yang berlokasi di Jl. Diponogoro No. 61, Kelurahan Cihaurgeulis, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia, 40122. Peneliti mulai melakukan penelitian pada bulan Februari dengan tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

[illegible]

Sumber: Olahan Penulis