

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang berfungsi untuk menyebarkan informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat luas. Dalam konteks ini, media massa berperan sebagai jembatan antara penyedia informasi dan audiens, memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan efisien. Dengan karakteristik yang dapat menjangkau banyak orang sekaligus, media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dan membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai isu (Habibie, 2018).

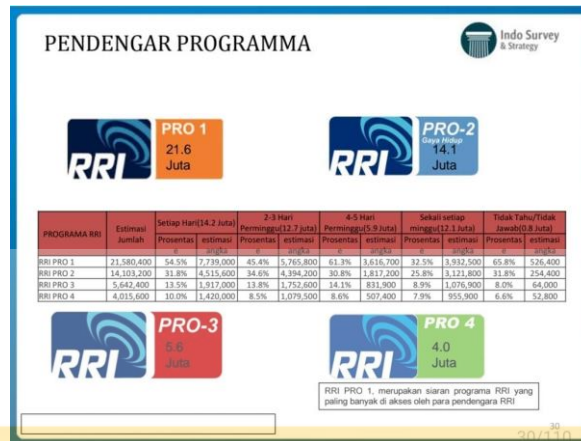
Sedangkan menurut Syafrina (2022) media massa merupakan industri yang terus berubah dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Perkembangan ini tidak hanya mempengaruhi cara informasi disampaikan, tetapi juga menciptakan berbagai peluang dan tantangan baru bagi industri itu sendiri. Salah satu dampak signifikan dari industri media massa adalah kemampuannya untuk menciptakan lapangan pekerjaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Ibrahim (2022) Media massa telah menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern. Dengan keberadaannya, media massa tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana pendidikan dan pembelajaran bagi masyarakat. Melalui berbagai platform media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan media digital, kita dapat mengakses beragam informasi yang bermanfaat dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu keuntungan utama dari media massa adalah kemampuannya untuk menyampaikan berita tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan cepat dan mudah.

Radio adalah salah satu media komunikasi massa yang berfungsi

untuk menyampaikan sebuah informasi dengan melalui gelombang elektromagnetik. Radio hanya mengandalkan suara untuk menyampaikan pesan, tidak memerlukan kemampuan membaca dari pendengar. Kelebihan radio adalah dapat menjangkau khalayak luas secara langsung, dan dapat memberikan pengalaman mendengarkan santai dan fleksibel. Namun, jumlah pendengar radio sekarang makin menurun karena meningkatnya era digital (Naftali, 2024).





Gambar 1. 3. Persentase Pendengar Tahun 2024



Gambar 1. 4. Persentase Pendengar Tahun 2023

Berdasarkan data yang tersedia, jumlah pendengar RRI Pro 3 mengalami peningkatan signifikan dalam kurun waktu satu tahun. Pada tahun 2023, RRI Pro 3 tercatat memiliki sebanyak 49 ribu pendengar. Namun, angka tersebut melonjak drastis pada tahun 2024, dengan jumlah pendengar yang mencapai 5,6 juta orang. Lonjakan ini mencerminkan pertumbuhan yang luar biasa dan menunjukkan bahwa RRI Pro 3 semakin diminati oleh masyarakat sebagai sumber informasi dan hiburan. Kenaikan jumlah pendengar ini menjadi indikasi kuat bahwa strategi penyiaran, konten yang relevan, serta pendekatan komunikasi yang dilakukan RRI Pro 3 berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas.

RRI Pro 3 mengalami kenaikan pendengar karena RRI Pro 3 terus mengembangkan program-program informatif dan relevan, mulai dari berita terkini, talk show interaktif, hingga segmen edukasi yang membahas topik-

topik hangat di masyarakat. Keberagaman konten ini membuat pendengar merasa kebutuhan informasinya terpenuhi. Lalu engan mengoptimalkan media sosial, YouTube, dan aplikasi RRI Play Go, Pro 3 mampu menjangkau audiens lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih aktif mengakses informasi melalui platform digital.

Salah satu lembaga penyiaran di Indonesia yang memiliki peran penting dalam sejarah dan perkembangan media adalah Radio Republik Indonesia (RRI). RRI merupakan satu-satunya stasiun radio nasional yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia, didirikan pada 11 September 1945, di tengah situasi yang penuh tantangan pasca-proklamasi kemerdekaan. Sejak awal berdirinya, RRI telah berkomitmen untuk menjadi media yang informatif, edukatif, dan menghibur bagi masyarakat. Pemimpin umum RRI pertama, Dr. Abdulrahman Saleh, memainkan peran kunci dalam membentuk visi dan misi lembaga ini. (Allan, 2023).

RRI memiliki 5 program, Pro 1 adalah stasiun daerah yang melayani para pendengar umum, yang berisikan berita, gelar wicara dan hiburan, Pro 2, disini berfokus pada konten hiburan yang mayoritas pendengarnya adalah remaja dan anak muda, Pro 3 ini menyajikan berita, gelar wicara, dan informasi baik di dalam negeri maupun diluar negeri, Pro 4 adalah stasiun daerah yang menyajikan berupa musik daerah, budaya daerah, serta hal-hal yang ada unsur keindonesiaan termasuk musik dangdut, hiburan dan pendidikan daerah.

RRI memiliki tanggung jawab besar untuk menyampaikan informasi yang akurat, edukasi serta hiburan kepada masyarakat Indonesia. RRI memiliki slogan yaitu “Sekali di Udara, Tetap di Udara” yang berarti “Sekali Udara” adalah awal mula RRI mengudara pada masa awal kemerdekaan Indonesia, sedangkan “Tetap di Udara” berarti untuk menunjukkan komitmen RRI untuk tetap dan terus mengudara tanpa henti, meskipun teknologi dan media komunikasi telah berkembang saat ini.

RRI Pro 3 merupakan salah satu kanal utamanya, yang dikenal sebagai stasiun berita yang menyajikan informasi terkini. RRI Pro 3, dengan identitasnya sebagai "Radio Indonesia," berfokus pada penyampaian

informasi yang dapat mengedukasi masyarakat, dengan memastikan keakuratan dan kebebasan dari pengaruh politik. Program-program yang disajikan mencakup berbagai topik penting, termasuk politik, ekonomi, budaya sosial, dan isu-isu terkini yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Dengan pendekatan ini, RRI Pro 3 berperan sebagai sumber informasi yang objektif dan terpercaya bagi audiens Indonesia.

Namun, di era digital saat ini persaingan industri media semakin ketat dengan hadirnya berbagai platform digital seperti portal berita daring, media sosial, dan layanan lain yang menawarkan fleksibilitas dan personalisasi yang lebih tinggi. Peran radio sebagai media komunikasi massa mengalami tantangan yang sangat besar. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang cukup signifikan pada pola konsumsi media masyarakat, karena sekarang lebih mendominasi ke platform digital, seperti media sosial, podcast, dan streaming. Masalah yang dihadapi oleh RRI Pro 3 adalah bagaimana tetap relevan dan menarik di tengah gempuran media digital yang menawarkan konten lebih interaktif dan fleksibel.

Hubungan Masyarakat (Humas) memegang peranan penting dalam menyediakan layanan informasi dan komunikasi bagi publik di suatu lembaga. Sebagai penghubung strategis antara institusi dan masyarakat, Humas berperan dalam membangun pengertian, kepercayaan, dan memperkuat citra positif lembaga. Dalam konteks pemerintahan, Humas sering kali menghadapi stigma negatif terkait pelaksanaan tugas, fungsi, dan perilakunya saat melayani kebutuhan informasi publik. Pandangan ini biasanya muncul akibat minimnya transparansi, lambatnya respons, atau komunikasi yang cenderung searah. Lalu, Humas perlu terus berinovasi dengan mengutamakan keterbukaan, aktif mendengarkan suara publik, dan menerapkan strategi komunikasi yang responsif (Nugraha, 2022).

Hubungan Masyarakat (Humas) di lembaga pemerintahan memegang peran penting dalam mengatur dan mengoordinasikan berbagai aspek manajemen komunikasi dan informasi publik. Humas memiliki tanggung jawab untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi

strategi komunikasi guna mempererat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Dengan menyampaikan informasi secara transparan, akurat, dan relevan, Humas menjadi penghubung yang mendukung terciptanya dialog dua arah, memperkuat kepercayaan publik, dan menjaga reputasi positif lembaga (Widyaranti, 2020).

Nasution (2019) mengatakan tujuan Humas adalah untuk mencapai tujuan strategis organisasi dan menciptakan citra yang positif bagi perusahaan, yang sering kali disebut sebagai *image maker*. Dalam konteks ini, Humas berperan penting dalam membangun dan memelihara reputasi perusahaan di mata publik. Citra positif tidak hanya membantu perusahaan dalam menarik pelanggan baru, tetapi juga dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, serta membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan.

Di era digital yang semakin pesat, PR tidak lagi dapat berdiam diri dan mengandalkan strategi lama. Transformasi digital telah mengubah lanskap komunikasi secara drastis, memaksa praktisi PR untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi. Dalam persaingan yang semakin ketat, PR harus tetap relevan dengan mengembangkan strategi, metode, dan media yang efektif untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Dalam konteks ini, relevansi PR tidak hanya bergantung pada kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam teknologi, perilaku konsumen, dan dinamika pasar (Pramesti, 2024).

Peran PR dalam konteks ini juga berfungsi sebagai hubungan komunitas (*community relationship*) di mana PR berperan sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan perusahaan dengan publik yang tergabung dalam komunitas. Dalam era di mana keterlibatan masyarakat menjadi semakin penting, fungsi PR sebagai penghubung antara organisasi dan komunitas menjadi sangat krusial. Sebagai sarana komunikasi, PR bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan berbagai kelompok dalam komunitas. Ini mencakup mendengarkan kebutuhan, harapan, dan kekhawatiran masyarakat, serta

meresponsnya dengan cara yang konstruktif (Gora, 2019).

Menurut Rafi (2020) Public Relations (PR) juga memiliki fungsi yang mampu mendukung tujuan-tujuan organisasi secara keseluruhan. PR berperan sebagai penghubung antara organisasi dan publik, dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang kegiatan dan inisiatif yang dilakukan oleh organisasi. Melalui berbagai strategi komunikasi, PR berupaya mensosialisasikan kegiatan-kegiatan organisasi kepada publik, sehingga masyarakat dapat memahami dan menghargai nilai-nilai serta misi yang diusung oleh organisasi.

Pada saat seperti ini, peran Humas harus mampu memanfaatkan berbagai alat komunikasi yang ada untuk memahami perilaku audiens dan dapat menciptakan komunikasi yang lebih personal dan relevan (Gregory, 2023). Dengan demikian, Humas RRI Pro 3 harus mampu menyesuaikan pendekatan agar tetap relevan dan mampu meningkatkan jumlah pendengar. Dalam era di mana media dan teknologi berkembang dengan pesat, tantangan bagi lembaga penyiaran publik seperti RRI Pro 3 adalah untuk terus beradaptasi dengan perubahan preferensi audiens dan cara mereka mengakses informasi.

Menurut Cottle (2020), inovasi dalam strategi PR berbasis digital dapat menjadi kunci untuk mempererat hubungan dengan audiens di era modern yang serba cepat dan terhubung. Dalam konteks ini, strategi PR yang efektif mencakup pemanfaatan teknologi canggih, seperti analitik data audiens dan media sosial, untuk menghadirkan pendekatan yang lebih terarah dan personal. Dengan menggunakan analitik data, organisasi dapat memahami perilaku, preferensi, dan kebutuhan audiens mereka dengan lebih baik, sehingga dapat menyusun pesan yang lebih relevan dan menarik.

Terry (2019), menyatakan bahwa membangun relasi merupakan upaya untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara dua atau lebih pihak, baik dalam konteks pribadi, profesional, maupun sosial. Dalam proses ini, komunikasi yang efektif sangat penting, karena memungkinkan setiap pihak untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi satu sama lain, yang pada gilirannya memperkuat hubungan tersebut. Selain

itu, Terry juga menekankan pentingnya *mutual trust* (kepercayaan bersama) dan transparansi dalam menjaga kualitas interaksi. Kepercayaan adalah fondasi utama dalam hubungan yang langgeng, sementara transparansi memastikan bahwa hubungan tersebut tetap terbuka dari kesalahpahaman.

Pendengar radio adalah individu atau kelompok yang mengakses siaran radio untuk memperoleh informasi, hiburan, atau sebagai sarana komunikasi lainnya. Mereka memiliki karakteristik yang sangat beragam, mencakup berbagai rentang usia, latar belakang pendidikan, dan minat pribadi. Sebagai audiens yang heterogen, pendengar radio menunjukkan tingkat selektivitas dalam memilih stasiun yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Pendengar radio sering kali lebih aktif dalam menanggapi informasi yang disampaikan, baik melalui interaksi langsung dengan penyiar maupun dengan merespons melalui saluran lain, seperti media sosial atau pesan teks. Interaksi ini memungkinkan mereka untuk terlibat dalam proses komunikasi yang lebih mendalam. Sebagaimana disarankan oleh Kriyantono (2017), sifat hubungan antara penyiar dan pendengar sering kali lebih bersifat interpersonal, meskipun secara teknis siaran dapat mencakup audiens yang lebih luas. Dalam hal ini, penyiar berbicara seolah-olah berbicara kepada satu individu, menciptakan rasa kedekatan meskipun komunikasi terjadi dalam skala yang lebih besar.

Annisa dan Afandi (2023) dalam menjalankan tugasnya untuk memenuhi beragam kebutuhan pendengar, radio memiliki peran penting dalam melestarikan kearifan lokal melalui berbagai fungsi yang sesuai dengan peran media massa. Fungsi-fungsi tersebut meliputi penyedia informasi, sarana pendidikan atau edukasi, media untuk pelestarian budaya, serta sebagai hiburan bagi pendengar. Mereka turut serta dalam membentuk konten siaran melalui reaksi dan feedback yang diberikan. Hal ini membuat radio menjadi media yang tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga memungkinkan audiens untuk berpartisipasi dalam proses penyampaian pesan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana

implementasi peran PR RRI Pro 3 dalam membangun hubungan dengan pendengar serta menilai efektivitas strategi yang telah dijalankan. Topik ini relevan untuk diteliti karena dapat memberikan pemahaman tentang cara lembaga penyiaran publik beradaptasi dengan perkembangan era digital sekaligus mengoptimalkan peran PR dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan audiens. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat berkontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang Public Relations, serta memberikan rekomendasi praktis untuk RRI Pro 3 dan lembaga penyiaran lainnya dalam menghadapi tantangan yang serupa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalahnya adalah: Bagaimana Aktivitas Kehumasan di RRI Pro 3 dalam membangun hubungan yang efektif dengan pendengar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitiannya adalah: Untuk menjelaskan Aktivitas Kehumasan di RRI Pro 3 dalam membangun hubungan yang efektif dengan pendengar.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam teori Public Relations (PR) di lembaga penyiaran publik dan strategi komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi bagi PR RRI Pro 3 untuk meningkatkan strategi komunikasi dalam membangun relasi yang lebih efektif dengan pendengar, serta dapat dijadikan acuan bagi lembaga penyiaran lainnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penyusunan penelitian ini, peneliti telah menciptakan sistematika penelitian yang terdiri dari lima bab,

yang dirancang secara terstruktur dan sistematis untuk memberikan alur yang jelas dalam penyampaian informasi. Setiap bab memiliki fokus dan tujuan tertentu, sehingga pembaca dapat mengikuti perkembangan argumen dan temuan penelitian dengan lebih mudah, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang relevan dengan penelitian ini, seperti teori aksesibilitas, media sosial, dan penyiaran digital.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang paradigma penelitian, pendekatan penelitian, subyek dan obyek penelitian, teknik pengambilan data, narasumber, teknik keabsahan data, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang bagaimana peneliti melakukan analisis data, pengumpulan data dan pengolahan data.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan dan saran peneliti dari hasil riset yang diteliti.