

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan peradaban manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Dengan kata lain hakikat komunikasi adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan, yaitu perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya (Effendy, 2003).

Media penyiaran, yang salah satunya adalah radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dalam jumlah yang sangat banyak karena media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian khalayak. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik pasar.

Selain berfungsi sebagai media informasi, hiburan, dan pendidikan radio berfungsi sebagai alat yang memancarkan kebudayaan. Kebudayaan merupakan hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Media radio berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang mencakup ideology, norma, seni, ilmu pengetahuan dan agama. (Soemardjan, 1990)

Dalam sejarah perkembangan media, radio merupakan media massa yang muncul pada mulanya hanya merupakan teknologi dalam penemuannya. Kemudian berkembang dan berperan sebagai alat media informasi yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial. Berdasarkan perkembangan media massa sebelum kemunculan televisi, radio merupakan sistem komunikasi yang dominan. Kendatipun peran media televisi begitu menonjol di tengah masyarakat, tidak dapat dipungkiri bahwa sampai sekarang keberadaan radio masih tetap relevan.

Kehadiran radio yang tanpa memandang waktu dan jarak, membuat media elektronik yang paling tua ini tidak ditinggalkan pendengarnya. Apabila dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, kita tidak bisa melepaskan diri dan interaksi yang pesat dan luas. Salah satu indikator perkembangan pesat industri radio siaran adalah pertumbuhan industri radio swasta. Pertambahan jumlah radio yang pesat, muncul fenomena baru yaitu meluasnya bisnis radio jaringan atau *radio network* yang merentang dari Jakarta ke daerah-daerah atau dari daerah ke Jakarta.

Komunikasi massa memiliki peranan yang strategis dalam menanggapi berbagai persoalan yang ada. Bahkan, komunikasi massa dapat menjadi salah satu bentuk edukasi dini yang langsung menasar terhadap masyarakat luas dengan efektif dan efisien. Bahasan utama dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan peranan penting komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19 ini, sebagai bentuk pencegahan dan edukasi dini kepada masyarakat. Hasil dari penelitian ini yaitu, pertama menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi Covid-19 ini. Kedua, bahwasanya persoalan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 ini yang menjadi permasalahan global

berpotensi memicu adanya tatatan atau rekontruksi sosial yang baru, dengan demikian diperulakan adanya komunikasi yang erat antara stakeholder dengan masyarakat dalam menanggapi permasalahan ini (Syaipudin, 1990).

Di masa pandemi, pemerintah banyak menerapkan hal – hal baru demi mencegah meluas nya pandemi. Seperti membuat peraturan Permenkes No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam Rangka Percepatan Penanganan COVID-19, kampanye tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan, membatasi kegiatan masyarakat diluar rumah, mencegah masyarakat untuk berkumpul hingga upaya – upaya kesehatan seperti mengadakan tes masal untuk memutus rantai penyebaran virus corona. Hal ini menciptakan kebiasaan – kebiasaan baru di masyarakat karena aktifitas sehari-hari yang menyesuaikan dengan keadaan dan kebijakan pemerintah.

Banyak kegiatan di masa pandemi yang berubah, termasuk kegiatan dari para pendengar yang biasa nya mendengarkan radio untuk menemani perjalanan di mobil, masa pandemi jumlah mobil pun berkurang karena adanya pembatasan sosial. Keadaan ini menimbulkan kekhawatiran berkurangnya jumlah pendengar.

Tetapi menurut survey Nielsen (Nielsen, 2020), Pandemi COVID-19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, termasuk dalam hal mengkonsumsi media. Saat Presiden Joko Widodo mengumumkan penemuan kasus pertama COVID-19 pada 2 Maret 2020, belum terlihat perubahan yang signifikan pada pola konsumsi media. Namun semakin intensnya pemberitaan membuat masyarakat mulai memantau setiap perkembangan terkait COVID-19 melalui berbagai media.

Di masa pandemi sekarang ini jumlah audiens semakin naik karena banyaknya permintaan masyarakat akan informasi dan hiburan. Bukan hanya radio, tetapi sebagian besar media massa mengalami kenaikan audiens. Kondisi ini berbanding terbalik dengan turunnya pemasukan di perusahaan radio, hal ini disebabkan karena menurunnya jumlah pemasang iklan. Kondisi industri lain yang biasa menjadi pemasang iklan sedang tidak pasti sehingga banyak perusahaan yang biasa memasang iklan melakukan penundaan pembayaran hingga pemotongan anggaran besar-besaran.

Di awal bulan April 2020 saat diterbitkan Permenkes No. 9 Tahun 2020, industri media massa juga terkena dampak mulai dari pemasukan iklan yang berkurang, Nielsen Indonesia, sebuah perusahaan data dan pengukuran, melaporkan bahwa total belanja iklan turun 25% menjadi Rp 3,5 triliun pada minggu ketiga April 2020, setelah sebelumnya meningkat stabil pra COVID-19 (Rahman, 2020).

Beberapa stasiun radio melakukan “siaran dari rumah” hingga meniadakan kegiatan bersiar. Bahkan banyak juga stasiun radio yang melakukan pengurangan karyawan secara besar – besaran. Berdasarkan pendataan yang dihimpun dari SPS (Serikat Perusahaan Pers) terhadap 434 media hingga periode Mei 2020, sebanyak 50 persen perusahaan pers cetak telah melakukan pemotongan gaji karyawan dengan kisaran 2 hingga 30 persen. Sedangkan hasil pendataan dari 600 anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) hingga Mei 2020 perusahaan radio sudah melakukan pemotongan gaji karyawannya sekitar 30 persen (Komisi Penyiaran Indonesia, 2020).

Keterbatasan ini membuat pihak radio sebagai media massa harus mencari cara untuk membuat strategi baru agar bisa tetap *survive* di masa pandemi. Anjuran pemerintah kota Surabaya tentang *Work From Home* (WFH) membuat beberapa stasiun radio di Surabaya harus menerapkan hal yang sama, walaupun ada beberapa *Jobdesc* yang masih di haruskan bekerja di kantor.

Masima Radio Network merupakan salah satu grup jaringan stasiun radio terbaik yang menaungi 3 (tiga) nama radio ternama yaitu Prambors FM, Delta FM dan Bahana FM. Masima Radio Network mengelola 18 stasiun radio di seluruh Indonesia dan terus berkembang mempertahankan posisi sebagai jaringan radio terbesar di Indonesia. Sesuai misi Masima, akan terus memberikan program dan layanan yang informatif, edukatif dan menghibur (Masima Radio Network, 2016).

Penulis akan meneliti salah satu stasiun radio jaringan di bawah naungan Masima Radio Network yaitu Prambors FM Surabaya. Prambors FM mengambil segmen anak muda berusia 18 sampai 24 tahun dengan format musik *Contemporary Hits Radio* (CHR). Selain dapat didengarkan di mobil, Prambors FM dapat diakses di berbagai *platform online*, seperti website [www.pramborsfm.com](http://www.pramborsfm.com), Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok, Prambors Apps dan Spotify (Prambors FM, 2020). Prambors FM Surabaya, menerapkan konsep radio jaringan (Network Radio) yang dimana untuk penjadwalan program nya ada sebagian besar dilakukan langsung dari radio induk (Live Relay) yaitu Prambors FM Jakarta. Prambors FM Surabaya sendiri memiliki program yang dibawakan oleh penyiar lokal di hari Senin – Jumat pukul 10.00 – 16.00.

Prambors FM Surabaya sebagai salah satu Radio Jaringan wajib mengikuti surat perintah yang diterbitkan oleh radio induknya yaitu Prambors FM Jakarta. Surat perintah tersebut mengharuskan beberapa *jobdesc* untuk melakukan *WFH*. Prambors FM yang di jam tertentu masih menyiarkan siaran dari radio induknya (*Live Relay*), *jobdesc* seperti *operator broadcaster* dan teknisi jaringan adalah *jobdesc* yang masih harus bekerja di kantor, sedangkan *jobdesc* lain seperti *Staff Marketing and Promotion* dan penyiar melakukan pekerjaan dari rumah. Sementara semua koordinasi dilakukan melalui media sosial yaitu Whatsapp dan Zoom.

Pelaksanaan siaran dalam kondisi pandemi ini menimbulkan banyak kendala seperti beberapa program radio yang mengharuskan tim melakukan wawancara dengan pihak luar karena tidak bisa bertatap muka secara langsung. Munculnya masalah-masalah seperti diatas, Prambors FM Surabaya harus membuat strategi *programming* baru agar tetap bisa melakukan kegiatan siaran agar tetap beroperasi. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian tentang strategi *programming* radio Prambors FM Surabaya di masa pandemic pada bulan Maret hingga Juni 2020 agar tetap bisa melakukan kegiatan bersiar. Program yang sudah dirancang sedemikian rupa, tidak mungkin dapat terjangkau oleh khalayak tanpa adanya strategi. Fenomena yang terjadi ini menarik peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang strategi *programming* yang dilakukan radio Prambors Surabaya untuk tetap bersiar di masa-masa sulit seperti ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana strategi programming radio jaringan Prambors FM Surabaya di masa pandemic Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan - tahapan strategi programming yang dilakukan Prambors FM Surabaya untuk tetap menjalankan program siaran di tengah keterbatasan karena pandemi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan kajian bagi program studi Ilmu Komunikasi serta dapat berkontribusi dalam pengembangan keilmuan di bidang komunikasi khususnya berkaitan dengan Programming Radio.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi bagi para pekerja radio, khususnya divisi program agar bisa tetap menjalankan program siaran di masa pandemi.