

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di zaman yang serba modern seperti saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan manusia adalah informasi yang sangat cepat, *update* dan terpercaya. Hal itu sangat berkaitan erat dengan media massa baik media massa cetak maupun elektronik. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat serta yang di tunjang dengan teknologi tinggi adalah radio.

Radio berkembang dengan pesat mulai dari jenis radio pemerintah, semi pemerintah hingga swasta. Namun saat ini radio mulai redup pamornya karena sekarang teknologi semakin pesat apalagi adanya teknologi seperti android yang bisa mencakup semuanya dalam teknologi, di zaman sekarang masyarakat sangat haus dengan informasi politik dan budaya. Bagi masyarakat yang kurangnya budaya literasi media radio dapat di jadikan solusi atau alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan informasi.

Radio sebagai media massa muncul setelah film, yakni sekitar tahun 20-an. Penyiaran informasi dalam bentuk berita dan penyiaran musik oleh radio dimulai hampir bersamaan. Teknologi muktahir telah membantu radio siaran dalam bidang *hard-ware* sehingga, dengan sistem FM sebagai pengganti AM, dapat mencapai sasarannya lebih efektif, baik dalam daya pancar maupun dalam penyampaian program siaran (Onong, 2008:58-59)

Kelebihan radio adalah jangkauan yang jauh dan tidak terhalang dengan ruang sehingga lebih banyak masyarakat yang dapat mendengarnya apalagi media radio itu berjaringan. Sekarang pendengar radio tidak harus tetap berada di depan pesawat radionya, tidak hal nya menonton televisi ataupun membaca koran dan majalah. Selain itu, daya tarik lain dari radio yaitu disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effect*).

Peran dan fungsi humas yaitu manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan harmonis juga bermanfaat antara organisasi

dengan publik sehingga dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya lembaga tersebut, sehingga fungsi humas dalam lembaga tersebut berperan penting sebagai perantara jalan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Peran humas dalam sebuah lembaga atau organisasi sangat penting, karena disetiap lembaga membutuhkan kerja seorang humas untuk membantu jalannya program kerja, dan juga humas dapat mempertahankan citra suatu lembaga tersebut, sehingga suatu lembaga dapat di kenal dan di percaya publik dengan strategi humas. Seorang humas adalah jembatan atau pintu pertama dari sebuah image yang terbentuk dimasyarakat pada lembaga tertentu. Berdasarkan teori dan peran public relations menurut Dozier dan Broom (dalam Ruslan, 2012:19) dalam suatu organisasi peran humas dapat dibagi menjadi 4 kategori yaitu, sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah dan teknisi komunikasi.

Sesuai dengan peran humas menurut Cutlip, Center dan Broom (2006:6) Peran humas yang artinya berfungsi sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut dimata publik. Hal ini sejalan dengan fungsi humas, yaitu fungsi konstruktif. Oleh karena itu dengan adanya humas dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi. Peran humas sangat di butuhkan di dalam suatu lembaga organisasi ataupun pemerintahan. (Rini, 2017).

Peran utama dan fungsi HUMAS antara lain sebagai:(1) Image maker; menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra positif. (2) Communicator atau Mediator; melaksanakan kegiatan komunikasi dua arah bagi *stakeholders* lembaga yang berdimensi *vertikal, horizontal*, internal dan eksternal, sehingga terbina hubungan yang harmonis/ serasi antara organisasi dan publiknya. (3) Back-up management; memberikan dukungan dan menunjang kegiatan setiap departemen dalam perusahaan untuk mencapai misi atau sasarannya. (Ardhoyo, (2013).

Menurut ahli hubungan masyarakat Internasional, *Cutlip Centre and Canfield* dalam Rosyadi Ruslan, kegunaan humas dapat dirumuskan sebagai berikut; (a) Mendukung aktifitas utama manajemen dalam memperoleh tujuan bersama (fungsi yang tidak terpisahkan dari manajemen lembaga) (b) Membangun hubungan yang hamonis antara lembaga dengan masyarakatnya yang merupakan

khalayak tujuan. (c) Mengenali segala sesuatu berkaitan dengan pemikiran dan persepsi atau tanggapan masyarakat umum terhadap lembaga yang diwakilinya, atau sebaliknya. (d) Menanggapi aspirasi masyarakat dan memberikan kontribusi berupa saran kepada manajer demi tujuan bersama. (e) Mewujudkan komunikasi timbal balik, dan mengatur aliran informasi, khalayaknya, serta pesan dari lembaga ke publiknya atau sebaliknya demi tercapainya kesan yang baik bagi kedua sisi. (Alo Liliweri, 2011)

Generasi Milenial dan Generasi Z adalah dua kelompok usia yang saat ini sedang memasuki periode puncak dalam kehidupan mereka. Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 – 2000, sedangkan generasi Z adalah mereka yang lahir paska 2001. Jumlah mereka banyak dan merupakan bagian yang besar dari keseluruhan populasi manusia. Dari sudut pandang bisnis, mereka adalah pangsa pasar yang sangat besar. Oleh karena itu, memahami karakter kedua generasi tersebut bisa membantu kita dalam proses pemasaran yang lebih baik. Secara garis besar, ada enam faktor yang membedakan Generasi Milenial dan Generasi Z. (Irgus, dkk 2020) Generasi Z & Revolusi Industri 4.0)

Remaja millennial merupakan remaja millennial yang sangat akrab dengan teknologi internet dimana handphone dengan system android yang menawarkan fitur-fitur dan aplikasi yang memberi kemudahan bagi remaja millennial untuk mengakses informasi seperti yang mereka inginkan. Sayangnya terkadang remaja millennial tidak melakukan filter atau menyaring setiap informasi yang mampir di beranda smartphone mereka sehingga beranggapan bahwa yang muncul di beranda facebook dan whats up yang mereka miliki dianggap informasi benar. Hal ini yang menyebabkan remaja millennial terjebak pada berita palsu. Nah remaja millennial juga sangat rentan untuk menjadi terpaan “hoax” atau berita palsu. (Darmawan, 2018). Remaja milenial sudah sangat akrab dengan handphone, gadget dan alat telekomunikasi lain dengan system android, dimana alat ini akan langsung menghubungkan penggunanya pada layanan aplikasi media social yang ada di telepon seluler mereka. Maka tulisan ini membahas bagaimana remaja milenial sebagai generasi milenial seharusnya menggunakan media sosial sebagai media informasi pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan tidak formal. (Ainiyah,223:2018)

Keberadaan humas dalam perusahaan Radio Akbar 94.6 FM Jember sangatlah penting dikarenakan berperan sebagai komunikator dengan pihak lain menjaga dan meningkatkan citra perusahaan merupakan salah satu tugas humas Radio Akbar 94.6 FM Jember bertanggung jawab dalam memberikan informasi, mendidik, menyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan pendengar radio dikalangan milenial tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah diketahui bahwa Radio Akbar 94.6 FM Jember sangat membutuhkan aktivitas yang tepat untuk menarik pendengar dikalangan milenial.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dirumuskan permasalahan, untuk memudahkan peneliti maka di perlukan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran Humas Radio Akbar 94.6 FM dalam meningkatkan pendengar siaran akbar morning show di kalang milenial
2. Apakah daya tarik Radio Akbar 94.6 FM dalam meningkatkan pendengar siaran Akbar Morning Show dikalangan milenial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran Humas Radio Akbar 94.6 FM dalam meningkatkan pendengar Siaran Morning Show dikalangan milenial
2. Untuk mengetahui daya tarik Radio Akbar 94.6 FM dalam meningkatkan pendengar siaran Morning Show dikalangan milenial
3. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang sering ditemui oleh Humas Radio Akbar

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan akademis

1. Memberikan informasi kepada para pembaca untuk mengetahui peran Humas Radio Akbar 94.6 FM untuk meningkatkan pendengar siaran Akbar Morning Show dikalangan milenial.
2. Penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengetahui bagaimana peranan Humas Radio akbar 94.6 FM untuk meningkatkan pendengar siaran Morning Show dikalangan milenial.

2. Kegunaan Praktis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi humas radio akbar 94.6 FM untuk meningkatkan pendengarsiaran morning show dikalangan millenial.
2. Dapat di jadikan bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah bagi Humas Radio Akbar 94.6 FM untuk meningkatkan pendengar siaran Akbar Morning Show dikalangan milenial.

