

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa dampak positif bagi masyarakat, yaitu memudahkan akses informasi melalui berbagai media. Tidak hanya media cetak, media televisi dan radio juga semakin berkembang. Jumlah stasiun televisi dan radio swasta di Indonesia kian bertambah. Dampak digitalisasi juga mempengaruhi perkembangan industri penyiaran, termasuk radio. Radio memiliki kelebihan dibandingkan media lain, yakni dapat didengarkan di mana saja dan kapan saja. Namun, radio juga memiliki keterbatasan karena siaran tidak dapat diulang kembali, berbeda dengan televisi dan media cetak. Meskipun demikian, radio tetap menjadi media yang dekat dengan pendengarnya karena seringkali melibatkan pendengar secara langsung dalam program siarannya.

Sejak tahun 1945 hingga saat ini, radio menjadi media andalan masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi. Radio Republik Indonesia (RRI) adalah radio milik pemerintah yang menjadi media utama pada masa itu. RRI berperan penting dalam menyiarkan berita kemerdekaan Indonesia dan pidato Presiden RI. Peran RRI sangat berpengaruh dalam bidang politik dan peradaban masyarakat Indonesia, menjadi corong untuk kebangkitan bangsa Indonesia. Meskipun telah banyak radio swasta bermunculan, masyarakat Indonesia lebih mempercayai RRI dibandingkan radio swasta lainnya. Hal ini karena jangkauan siaran RRI lebih luas, mencakup pulau-pulau

terluar dan kawasan perbatasan, bahkan sampai ke negara tetangga. RRI memiliki banyak transmitter di bukit dan pegunungan, sehingga siarannya dapat didengar lebih jauh.

Untuk tetap mempertahankan pendengarnya, RRI perlu menjaga citra dan reputasinya di mata masyarakat. Citra merupakan hal abstrak namun sangat berpengaruh terhadap penerimaan dan dukungan publik. Di era digital saat ini, reputasi dan citra lembaga sangat penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan RRI sebagai sumber informasi terpercaya. Persepsi positif dari masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan publik, sementara persepsi negatif dapat merusak reputasi RRI.

Citra lembaga adalah kesan penilaian seseorang atau masyarakat terhadap lembaga tersebut. (Khorotunniswah, Ma'arif, dan Huda 2020). Citra lembaga juga menjelaskan baik buruknya suatu perusahaan. Masyarakat dapat langsung mengenali perusahaan tersebut dari citranya. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh radio di seluruh Indonesia untuk menaikkan citranya perusahaan serta menjangkau para pendengarnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan promosi.

Promosi merupakan kegiatan penting bagi perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran (marketing mix) yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, persaingan semakin ketat, sehingga perusahaan perlu memiliki strategi promosi yang efektif untuk mempertahankan posisi pasar dan meningkatkan keuntungan. Salah satu kegiatan promosi yang penting adalah public relations

(humas). Public relations berperan penting dalam membangun citra perusahaan, terutama dalam industri radio. Tugas public relations adalah menciptakan, memelihara, dan mengembangkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan publiknya. Public relations berperan dalam komunikasi untuk membentuk mutual understanding antara organisasi dan publiknya.

Perusahaan harus mampu berkomunikasi dan menjalin relasi yang baik dengan masyarakat sekitar. Tugas public relations bukan hanya menciptakan citra positif, tetapi juga membangun kondisi organisasi yang kondusif, iklim kerja yang sehat, hubungan sosial yang kuat, serta kinerja sumber daya manusia yang tinggi. Public relations membantu memelihara aturan bermain bersama melalui komunikasi dua arah agar tercipta saling pengertian dan kerja sama antara organisasi dan publiknya. Untuk meningkatkan citra RRI, perusahaan menerapkan strategi public relations agar tercipta citra positif di mata masyarakat. Langkah-langkah sistematis dan terencana diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas publik, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menciptakan persepsi positif terhadap kegiatan dan program perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *strategi Public Relations* di RRI Padang?
2. Apakah Strategi dari *Public Relations* tersebut sudah dapat menaikkan citra lembaga RRI Padang?

1.3 Tujuan Masalah

1. Menguraikan strategi apa saja yang digunakan seorang *Public Relations* RRI Padang.

2. Mengetahui tentang strategi dari *Public Relations* apakah dapat menaikkan citra lembaga.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari aktivitas magang ini diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Bagi RRI Padang

Pada Lembaga Penyiaran Publik RRI Padang, hasil dari kegiatan magang ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembalian kebijakan atau keputusan untuk perbaikan serta menaikkan citra lembaga RRI Padang

2. Bagi Penulis

Hasil dari kegiatan magang ini nantinya dapat membantu penulis untuk meningkatkan kemampuan dan kontribusi dalam bidang akademis, khususnya tentang cara penerapan strategi *Public Relations* dalam menaikkan citra lembaga RRI Padang.

3. Bagi Pembaca

Hasil dari kegiatan magang ini nantinya akan membantu pembaca untuk menambah pengetahuan dan menambah wawasan tentang bagaimana penerapan strategi *Public Relations* dalam menaikkan citra lembaga RRI Padang.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses penyusunan tugas akhir, untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan judul pembahasan penulis menggunakan beberapa metode diantaranya:

1. Riset Pustaka

Merupakan metode yang dilakukan dengan cara membaca dan mengumpulkan riset yang berkaitan dengan *Public Relations*

2. Penelitian lapangan

Proses penelitian lapangan dilakukan dengan dua metode yaitu:

- a. Metode Observasi
- b. Metode Wawancara

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika laporan magang ini sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Mencakup Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Magang serta Sistematika Penulisan Laporan Magang.

BAB II Landasan Teori

Menggambarkan tentang tinjauan pustaka atau segala sesuatu yang akan menjadilandasan teori dalam menyelesaikan laporan magang ini.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Berisi gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah dan perkembangan perusahaan, visi dan misi, logo dan struktur organisasi perusahaan.

BAB IV Pembahasan

Berisikan hasil studi lapangan selama di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Padang yang menyakut tentang Penerapan Strategi *Public Relations* RRI Padang Dalam Menaikan Citra Lembaga RRI Padang

BAB V Penutup

Kesimpulan dan saran dari pelaksanaan magang yang dilakukan penulis.

1.7 Tempat dan Waktu Magang

Dalam menjalankan kegiatan penelitian ini, waktu yang diperlukan adalah 40 (empat puluh) hari kerja pada bulan Januari sampai Maret 2024. Tempat yang akan diteliti adalah Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Padang, Jl. Jend. Sudirman No.12, Sawahan, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat.

1.8 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan dalam kegiatan magang ini terfokus pada bagaimana Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Padang dalam menerapkan strategi *Public Relations* dalam menaikkan citra lembaga RRI padang.