

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Public relations (PR) merupakan praktik komunikasi strategis yang bertanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan hubungan antara organisasi dengan publiknya. Suatu organisasi berdiri berdampingan dengan masyarakat, sehingga perlu memahami karakteristik lingkungan sosial di mana organisasi tersebut beroperasi. Seorang praktisi PR perlu mengenal karakteristik publik dan pihak-pihak terkait (*stakeholders*) yang mempengaruhi keberlangsungan organisasi secara langsung maupun tidak langsung untuk membangun hubungan berkelanjutan. Komunitas atau sekumpulan orang yang memiliki satu tujuan dan kepentingan bersama menjadi salah satu pihak yang berpengaruh besar dalam lingkungan organisasi. *Community relations* menjadi langkah strategis dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan komunitas melalui komunikasi berkelanjutan dan partisipatif.

Berdasarkan data yang diperoleh dari internal Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung, PRFM dikenal sebagai radio berita no. 1 di Bandung dengan identitas citizen journalism yang melibatkan masyarakat dalam berbagi informasi. Salah satu program unggulan PRFM yaitu *Talkshow* "Pojok Komunitas", segmen siaran rutin yang melibatkan komunitas lokal sebagai narasumber untuk berbincang mengenai eksistensi komunitas maupun menyampaikan aspirasinya pada publik. Program ini disiarkan secara berkala setiap satu hingga dua minggu sekali,

menunjukkan komitmen PRFM dalam menjaga interaksi yang konsisten dengan masyarakat sekitar.

Penerapan *community relations* menjadi semakin penting di tengah perkembangan era komunikasi yang partisipatif. Komunitas tidak lagi diposisikan sebagai objek komunikasi semata, melainkan sebagai subjek yang memiliki peran dalam membentuk citra, reputasi, dan legitimasi sosial organisasi. Hubungan yang terjalin secara positif antara organisasi dan komunitas dapat menciptakan hubungan jangka panjang, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat posisi organisasi di tengah lingkungan sosialnya. Praktik ini terwujud nyata melalui program seperti *Talkshow Pojok Komunitas* di PRFM, di mana radio tidak hanya menjadi penyedia informasi tetapi juga fasilitator dialog.

Konsep *Citizen Journalism* PRFM memposisikan radio sebagai media yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun relasi emosional melalui dialog langsung dengan pendengar via telepon, SMS, WhatsApp, dan media sosial. PRFM menegaskan posisinya sebagai radio andalan warga Bandung dalam menyajikan berita-berita yang relevan dengan dinamika lingkungan lokal. *Talkshow Pojok Komunitas* menerapkan strategi komunikasi yang menunjukkan keterlibatan PRFM dengan masyarakat. PRFM menunjukkan perannya sebagai media yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi turut serta membangun relasi dan mendorong partisipasi publik dalam isu-isu yang relevan dengan kehidupan masyarakat.

Berdasarkan data pra-penelitian pada bulan Juni 2025 yang didapatkan dari Head of *Business Development* sebagai salah satu pelaku utama kegiatan kehumasan diperoleh informasi bahwa program *Talkshow Pojok Komunitas*

menjadi strategi utama dalam menjalin relasi jangka panjang dengan komunitas lokal. Komunitas yang pernah menjadi narasumber *Talkshow* Pojok Komunitas biasanya kembali menghubungi PRFM saat membutuhkan layanan pers sebagai publikasi branding maupun promosi. PRFM tidak hanya menjadi media bagi komunitas, tetapi juga mitra komunikasi strategis yang diandalkan untuk memperluas jangkauan audiens mereka.

Data yang didapatkan dari website Diskominfo Kota Bandung menunjukkan keberagaman komunitas di Kota Bandung yang tumbuh di berbagai bidang, mulai dari komunitas UMKM, seni dan budaya, literasi, hingga para aktivis lingkungan. Keberadaan komunitas-komunitas ini tidak hanya menjadi bagian dari dinamika sosial kota, tetapi juga mencerminkan kebutuhan ruang komunikasi yang mampu menampung aspirasi, identitas, dan aktivitas mereka. Media lokal seperti radio memiliki posisi strategis sebagai penghubung antara komunitas dan masyarakat luas, terutama dalam membangun ruang dialog yang berkelanjutan. Pelaksanaan *Talkshow* Pojok Komunitas membutuhkan pemahaman mendalam terhadap karakteristik komunitas Bandung yang beragam.

Peran *public relations* pada media radio lokal menjadi semakin luas. PR tidak hanya berfokus pada publik eksternal dalam arti luas, tetapi juga berperan sebagai penghubung yang memahami dinamika sosial komunitas di sekitarnya. Kepekaan terhadap isu lokal, kemampuan membangun relasi personal, kemampuan adaptif, serta konsistensi komunikasi menjadi elemen penting dalam menjaga hubungan keberlanjutan di tengah persaingan industri yang semakin kompleks.

Praktik *community relations* dalam konteks radio lokal merupakan proses yang dibangun secara bertahap dan berkelanjutan. Konsistensi penyelenggaraan Program *Talkshow* Pojok Komunitas menjadi indikator penting dalam membangun kepercayaan komunitas terhadap PRFM. Hubungan yang terjalin tidak berhenti pada satu kali keterlibatan, tetapi berkembang menjadi relasi jangka panjang yang ditandai dengan keberlanjutan komunikasi, kerja sama, serta kepercayaan timbal balik antara radio dan komunitas.

Relasi antara radio dan komunitas tidak hanya dapat dilihat dari jumlah program atau intensitas siaran, tetapi dari makna yang dibangun oleh para pelaku yang terlibat. Pengalaman komunitas saat menjadi narasumber, cara radio memfasilitasi dialog, serta respons pendengar terhadap program menjadi bagian penting dalam memahami bagaimana *community relations* dijalankan secara nyata. Penelitian ini memandang Program *Talkshow* Pojok Komunitas sebagai praktik sosial yang sarat makna dan mencerminkan dinamika hubungan antara media lokal dan masyarakatnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif yang mengacu pada konsep Proses *Community relations* oleh Yosali Iriantara (2019). Iriantara mengemukakan 5 tahapan proses *community relations* melalui 5 tahapan, yang dimulai dengan pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan penyusunan program, aksi dan komunikasi, lalu melakukan evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik *community relations* yang membutuhkan proses terstruktur dalam membangun relasi dengan komunitas.

Observasi awal menunjukkan bahwa program ini tidak hanya bermanfaat bagi komunitas sebagai ruang dialog, tetapi juga bagi PRFM dalam memperkuat positioning sebagai radio unggulan. Komunitas yang terlibat merasakan peningkatan visibilitas dan legitimasi sosial mereka, sementara radio memperoleh peningkatan engagement pendengar. Pola ini mencerminkan esensi *community relations* sebagai hubungan saling menguntungkan, kedua belah pihak saling memperkuat satu sama lain dalam ekosistem komunikasi lokal.

Penelitian ini layak dilakukan karena Program *Talkshow Pojok Komunitas* yang diselenggarakan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel* menunjukkan upaya strategis dalam mengelola hubungan dengan komunitas lokal secara berkelanjutan di tengah dinamika perubahan lanskap media. Penelitian ini relevan untuk memperkaya kajian *public relations*, khususnya pada ranah *community relations* yang selama ini lebih banyak dikaji dalam konteks program *corporate social responsibility* (CSR). Kajian mengenai penerapan *community relations* pada media radio lokal masih relatif terbatas, terutama yang menekankan pada proses komunikasi dan pemaknaan relasi antara media dan komunitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran *public relations* sebagai penghubung antara organisasi dan stakeholder dalam konteks media lokal.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi *community relations* oleh PRFM melalui *Talkshow Pojok Komunitas* sebagai salah satu bentuk strategi kehumasan dalam menjalin relasi, dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam proses

komunikasi antara PRFM dan komunitas lokal serta dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi strategi bagi praktisi PR di PRFM dan radio lokal lainnya dalam mengoptimalkan program serupa, sehingga memperkuat praktik kehumasan yang kontekstual, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, dan efektif membangun relasi jangka panjang dengan komunitas di era ini

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Penerapan *Community relations* Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melalui Program *Talkshow* Pojok Komunitas?”. Mengacu pada latar belakang, dan fokus penelitian, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan pengumpulan fakta untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas?
- 2) Bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan perumusan masalah untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas?
- 3) Bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan perencanaan dan penyusunan untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas?
- 4) Bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan aksi dan komunikasi untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas?
- 5) Bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan evaluasi untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan pengumpulan fakta untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 2) Mengetahui bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan perumusan masalah untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 3) Mengetahui bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan perencanaan dan penyusunan untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 4) Mengetahui bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan aksi dan komunikasi untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 5) Mengetahui bagaimana Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melakukan evaluasi untuk Program *Talkshow* Pojok Komunitas

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *community relations*. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan pemahaman tentang peran dalam membangun hubungan sosial dengan komunitas sebagai salah satu strategi membangun dan mempertahankan hubungan positif yang berkelanjutan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi praktisi *PR* di lembaga media maupun organisasi lainnya dalam merancang program *community relations* yang partisipatif dan berkelanjutan. Khusus bagi Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi maupun pengembangan program *Talkshow* Pojok Komunitas agar lebih efektif dalam menjalin hubungan dengan publik.

1.5 Landasan Teoritis

Penelitian ini membutuhkan landasan teori sebagai kerangka dalam memahami dan mengklasifikasikan fenomena yang diteliti. Untuk mengkaji praktik *community relations* yang diterapkan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel*, penelitian ini menggunakan konsep yang dikembangkan oleh Yosol Iriantara (2019). Iriantara (2019) menjelaskan *community relations* sebagai strategi *public relations* yang berfungsi sebagai proses pengelolaan hubungan strategis antara organisasi dengan komunitas.

Konsep yang dijelaskan Yosol Iriantara (2019) berupa tahapan-tahapan yang dilakukan dalam merencanakan dan melaksanakan program *community relations* melalui 5 tahapan berikut:

- 1) Pengumpulan fakta.
- 2) Perumusan Masalah
- 3) Perencanaan dan penyusunan program
- 4) Aksi dan komunikasi

5) Evaluasi

Tahapan proses *community relations* ini relevan digunakan dalam penelitian karena menekankan proses yang sistematis dan berkelanjutan. Melalui tahapan proses *community relations* menunjukkan bahwa *community relations* tidak hanya fokus pada pelaksanaan program saja, namun juga memperhatikan kebutuhan komunitas dan perencanaan yang terstruktur melalui setiap tahapannya.

1.6 Landasan Konseptual

1.6.1 Community relations

Community relations merupakan hubungan yang perlu dibangun dan dijaga oleh organisasi dengan komunitas di sekitarnya sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan komunikasi organisasi. Hubungan ini tidak bersifat satu arah, melainkan berkembang melalui proses interaksi yang melibatkan kepentingan dan kebutuhan kedua belah pihak. Iriantara (2013:69) menjelaskan bahwa *community relations* merupakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan komunitas. Melalui hubungan tersebut, organisasi berupaya membangun pemahaman bersama, kepercayaan, serta keterlibatan komunitas, sementara komunitas memperoleh ruang untuk berpartisipasi dan menyampaikan aspirasi. *Community relations* dipahami sebagai proses komunikasi berkelanjutan yang menempatkan komunitas sebagai mitra, bukan sekadar objek kegiatan organisasi.

Community relations juga tidak dapat dilepaskan dari dinamika lingkungan sosial yang terus mengalami perubahan. Perkembangan sosial, budaya, dan teknologi mendorong organisasi untuk bersikap adaptif terhadap kondisi di

sekitarnya. Peran *public relations* menjadi penting sebagai pihak yang memahami perubahan tersebut dan menjembatani kepentingan organisasi dengan komunitas. Iriantara (2013:76) menjelaskan bahwa *community relations* merupakan upaya organisasi dalam menanggapi perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan tempat organisasi beroperasi. Melalui *community relations*, organisasi diharapkan mampu menyesuaikan strategi komunikasi dan pola interaksi dengan komunitas agar hubungan yang terjalin tetap relevan, berkelanjutan, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

1.6.2 Corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab organisasi yang tidak hanya berfokus pada kepentingan internal, tetapi juga pada dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan sosial di sekitarnya. CSR hadir sebagai pendekatan strategis yang menempatkan perusahaan dalam relasi yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan. Pratama (2021) menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan, komunitas lokal, serta masyarakat luas. Pemahaman ini menunjukkan bahwa CSR tidak berdiri sebagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan organisasi semata, melainkan sebagai proses kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak dalam upaya menciptakan keberlanjutan.

CSR juga dipahami sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dihasilkan dari aktivitas bisnisnya. Kristianti & Rahmawati (2025) menjelaskan bahwa CSR dilaksanakan melalui kolaborasi

untuk menciptakan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat. Kolaborasi ini menunjukkan bahwa CSR menuntut adanya keterlibatan aktif dan interaksi antara organisasi dan stakeholder. CSR tidak hanya berorientasi pada hasil akhir, tetapi juga pada proses pembangunan hubungan yang partisipatif dan saling menguntungkan, yang selaras dengan prinsip-prinsip *community relations* dalam praktik *public relations*.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung yang berlokasi di Jl. Asia Afrika No.77, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111, menjadi objek dan lokasi dalam penelitian ini. Penulis melakukan penelitian mengenai *Community relations* di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung dengan pertimbangan bahwa Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung merupakan radio lokal yang menggunakan konsep citizen journalism dan secara aktif melibatkan komunitas lokal dalam programnya, termasuk program *Talkshow* Pojok Komunitas.

1.7.2 Paradigma Penelitian

Suatu penelitian memerlukan cara pandang tertentu dalam memaknai fenomena agar peneliti mampu menghasilkan pemahaman penelitian secara sistematis. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna melalui pengalaman dan keterlibatan individu. Paradigma ini menunjukkan bahwa makna tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan dibentuk melalui proses interaksi antara peneliti

dengan informan serta pihak-pihak yang terlibat dalam fenomena yang diteliti. Haryoko et al., (2020:8) menjelaskan bahwa makna sosial tercipta melalui interaksi yang berlangsung secara dinamis, sehingga suatu permasalahan dapat dimaknai secara lebih luas dan kontekstual. Penggunaan paradigma konstruktivistik dalam penelitian ini relevan karena sejalan dengan metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara dengan pihak-pihak PRFM 107.5 *News Channel* Bandung maupun komunitas lokal yang terlibat dalam program ini. Paradigma konstruktivistik menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan secara langsung.

1.7.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang akan menghasilkan pemahaman dan penjelasan mengenai suatu fenomena sosial secara mendalam melalui pemaknaan terhadap proses yang terjadi. Pendekatan kualitatif tidak berfokus pada pengukuran angka atau analisis statistik, melainkan pada penggalian makna, pengalaman, serta perspektif subjek penelitian. Sugiyono (2019:273) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena dengan melihatnya secara utuh dalam konteks alami. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menguraikan proses penerapan *community relations* secara mendalam yang tidak hanya berupaya mendeskripsikan praktik *community relations*, tetapi juga memahami makna relasi yang dibangun antara PRFM dan komunitas lokal.

1.7.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu upaya memahami fenomena secara mendalam melalui pemaparan data berbentuk kata-kata tanpa menggunakan angka dan statistik. Menurut Sugiyono (2019:7), penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi yang alamiah, di mana peneliti terlibat langsung ke lapangan dan berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan lebih menekankan pada proses, seperti interaksi, pola komunikasi, serta dinamika yang terjadi di dalam suatu konteks sosial. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menjelaskan proses penerapan *community relations* yang dilakukan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung melalui program *Talkshow* Pojok Komunitas.

1.7.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk narasi deskriptif. Data kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam, khususnya yang berkaitan dengan proses, makna, dan pengalaman para pelaku yang terlibat dalam penerapan *community relations*. Data kualitatif berfokus pada penjelasan mengenai bagaimana penerapan *community relations* dijalankan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel* melalui program *Talkshow* Pojok Komunitas. Data tidak diarahkan untuk mengukur tingkat keberhasilan secara numerik, melainkan untuk mengungkap proses,

dinamika relasi, pola komunikasi, serta pemaknaan yang dibangun oleh pihak radio dan komunitas lokal dalam proses interaksi yang berlangsung.

2. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui observasi dan wawancara. Data ini bersifat orisinal karena diperoleh langsung dari informan yang terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program *Talkshow* Pojok Komunitas di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung. Sumber data primer berdasarkan hasil wawancara akan didapatkan dari informan yang melingkupi Business Development dan Tim Redaksi Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung, serta perwakilan komunitas lokal yang pernah menjadi narasumber dalam program *Talkshow* Pojok Komunitas

Data primer dalam penelitian ini berperan penting untuk menggambarkan secara rinci proses penerapan *community relations*, mulai dari latar belakang penyelenggaraan program, pola komunikasi yang digunakan, hingga bentuk relasi yang terbangun antara radio dan komunitas lokal. Melalui data primer, peneliti dapat memahami pengalaman subjektif dan sudut pandang informan terhadap praktik kehumasan yang dijalankan

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, baik melalui dokumen internal organisasi, arsip program,

publikasi media, maupun karya tulis ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Data ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer yang telah diperoleh.

Data sekunder juga berfungsi sebagai bahan pembandingan untuk melihat kesesuaian antara praktik yang dijalankan di lapangan dengan konsep atau temuan penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penggunaan data sekunder membantu peneliti dalam membangun analisis yang lebih mendalam dan kontekstual terhadap penerapan *community relations* di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung

1.7.6 Penentuan Informan

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Ghony dan Almanshur (2017:146) menjelaskan bahwa pemilihan informan dapat dilakukan melalui rekomendasi pihak yang memahami konteks penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh individu-individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai terkait fenomena yang diteliti.

Teknik ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai proses penerapan *community relations*, sehingga dibutuhkan informan yang terlibat langsung dan memahami praktik kehumasan yang dijalankan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung. Informan yang dipilih diharapkan mampu memberikan informasi yang akurat, jujur, dan reflektif terhadap pengalaman mereka.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, kriteria informan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Produser Program *Talkshow* Pojok Komunitas yang bertanggung jawab dalam perencanaan dan pengelolaan program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 2) Pimpinan Redaksi Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung, yang bertanggung jawab dalam pengawasan pelaksanaan program *Talkshow* Pojok Komunitas.
- 3) *Business Development* Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung, yang memiliki tanggung jawab dalam aktivitas kehumasan serta berperan sebagai penghubung antara organisasi dan *stakeholders*, khususnya komunitas lokal.
- 4) Perwakilan komunitas lokal, yaitu individu atau kelompok yang pernah menjadi narasumber dalam program *Talkshow* Pojok Komunitas dan memiliki pengalaman berinteraksi secara berkelanjutan dengan Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung.

Pemilihan informan dari berbagai pihak ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang beragam, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai praktik *community relations* yang dijalankan.

1.7.7 Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami konteks penelitian dan memperoleh gambaran mengenai situasi sosial yang terjadi di lingkungan Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung. Melalui observasi,

peneliti dapat mengamati secara langsung bagaimana pelaksanaan program *Talkshow* Pojok Komunitas, termasuk pola interaksi antara penyiar, narasumber komunitas, dan pendengar.

Observasi menjadi teknik pengumpulan data yang penting karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memahami fenomena secara langsung. Menurut Moleong (2017:126), observasi merupakan kegiatan mengamati perilaku, interaksi, keadaan, atau kejadian yang berlangsung di lapangan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti, sehingga memberikan pemahaman dari berbagai aspek yang tidak selalu terungkap melalui wawancara.

Observasi juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan aspek-aspek nonverbal, suasana komunikasi, serta dinamika yang tidak selalu terungkap melalui wawancara. Hasil observasi digunakan sebagai dasar untuk memperdalam pemahaman terhadap fenomena penelitian serta membantu peneliti dalam menyusun pertanyaan wawancara yang lebih kontekstual dan relevan.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam dari para informan yang terlibat langsung dalam penerapan *community relations*. Teknik wawancara memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman, pandangan, serta pemaknaan informan terhadap program *Talkshow* Pojok Komunitas sebagai strategi kehumasan Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menggali makna, pengalaman, serta pemahaman subjektif informan terhadap suatu

fenomena. Moleong (2017:186-187) menjelaskan bahwa wawancara dapat memberikan informasi yang tidak dapat diamati secara langsung, khususnya yang berkaitan dengan proses, pandangan, serta interpretasi individu terhadap realitas sosial yang dialami. Wawancara menjadi metode yang relevan untuk memahami dinamika dan proses komunikasi dalam konteks penelitian.

Wawancara memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program dari sudut pandang masing-masing informan. Data hasil wawancara menjadi komponen utama dalam penelitian ini karena mampu mengungkap realitas sosial secara lebih mendalam dan reflektif sesuai dengan pendekatan kualitatif yang digunakan.

1.7.8 Teknik Analisis Data

1) Mengatur dan Menyiapkan Data

Tahap awal analisis data dilakukan dengan menyiapkan seluruh data hasil penelitian untuk dianalisis. Proses ini meliputi transkrip hasil wawancara, pengelompokan data, serta pendataan berdasarkan sumber dan jenis informasi yang diperoleh. Pada penelitian ini, data berasal dari hasil wawancara dan observasi terkait pelaksanaan Program *Talkshow* Pojok Komunitas di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung.

2) Membaca Data

Tahap kedua yaitu membaca seluruh data yang telah dikumpulkan untuk memperoleh gambaran umum mengenai fenomena yang diteliti. Proses membaca data bertujuan untuk memahami konteks, alur, serta sudut pandang informan secara

menyeluruh sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Tahap ini digunakan untuk memahami bagaimana proses *community relations* dijalankan dalam Program *Talkshow* Pojok Komunitas berdasarkan pengalaman dan pandangan para informan.

3) Pengkodean Data

Tahap ketiga yaitu pengkodean data yang merupakan proses pengelompokan informasi ke dalam kategori-kategori tertentu sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah dibaca kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema atau isu yang muncul untuk memudahkan proses analisis. Pengkodean dilakukan terhadap data yang berkaitan dengan proses komunikasi, keterlibatan komunitas, serta peran *public relations* dalam mengelola hubungan melalui Program *Talkshow* Pojok Komunitas.

4) Deskripsi Tema

Tahap keempat peneliti mengembangkan data ke dalam bentuk deskripsi tema. Pada tahap ini, informasi yang telah diklasifikasikan dijelaskan secara lebih mendalam agar mampu menggambarkan fenomena penelitian secara utuh dan terstruktur. Deskripsi tema dalam penelitian ini menggambarkan praktik *community relations* yang diterapkan oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel* melalui Program *Talkshow* Pojok Komunitas.

5) Merepresentasikan Tema

Tahap akhir analisis data dilakukan dengan menyajikan tema-tema yang telah diperoleh dalam bentuk narasi penelitian. Narasi ini disusun untuk menampilkan

hasil analisis secara sistematis dan mudah dipahami, dengan menyajikan fakta empiris dan makna yang terkandung di dalamnya. Representasi tema ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana *community relations* dijalankan dan dimaknai dalam Program *Talkshow* Pojok Komunitas oleh Radio PRFM 107.5 *News Channel*.

1.7.9 Rencana Penelitian

Tabel 1. Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Okt 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	Apr 2026	Mei 2026	Juni 2025
Tahap Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan							
Pengumpulan Data Proposal Penelitian							
Penyusunan Proposal Penelitian							
Bimbingan Proposal Penelitian							
Revisi Proposal Penelitian							
Tahap Kedua: Usulan Penelitian							
Sidang Usulan Penelitian							
Revisi Usulan Penelitian							
Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi							
Pelaksanaan Penelitian							
Analisis dan Pengelolaan Data							
Penulisan Laporan							
Bimbingan Skripsi							
Tahap Keempat: Sidang Skripsi							
Bimbingan Akhir Skripsi							
Sidang Skripsi							
Revisi Skripsi							