

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media radio masih tetap dibutuhkan walaupun peran media televisi dan internet begitu dominan hingga sekarang di tengah masyarakat. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media radio menjadi salah satu media massa yang sampai saat ini masih menjadi opsi masyarakat dalam menerima informasi. Radio masih menjadi pilihan beberapa masyarakat yang tak sempat memaksimalkan penglihatannya untuk membaca atau menonton tayangan informasi. Keunggulan yang dimiliki radio melalui kekuatan audionya, meramu informasi ke dalam rangkaian kata yang mudah dicerna, berbalut efek musik dan suara nyata sebuah peristiwa, membawa setiap pendengarnya menuju imajinasi yang sesuai dengan realita. Keunggulan radio yaitu sebagai media auditif (hanya bisa didengar) juga memiliki keunggulan lainnya, murah, merakyat, dan bisa dibawa dan didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan (Masduki, 2009: 9). Radio memiliki dualisme kegunaan yang saling berkaitan, yakni sebagai sarana informasi dan sarana hiburan.

Definisi jurnalistik seperti dikutip Assegaff, berita adalah laporan tentang fakta atau ide termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena dia penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Sumadiria, 2006: 64-65).

Berita menjadi informasi yang dipilih oleh staf redaksi untuk disiarkan. Siaran radio berita untuk mencapai kriteria informasi yang layak diberitakan, harus dimulai dari peningkatan profesionalisme para wartawan dan penyiar radio (broadcaster) yang diawali dengan kesadaran akan peran radio sesungguhnya sebagai media massa yang melayani seluruh lapisan masyarakat. Kesadaran akan peningkatan kualitas produksi dan penyiaran program juga penting untuk diperhatikan segenap jajaran redaksi agar sesuai dengan keperluan dan keinginan khalayak pendengar radio.

Beberapa stasiun radio yang mengudara di Indonesia dan menyiarkan berita, salah satunya adalah RRI Bandung khususnya pada Program (Pro) 1, merupakan salah satu stasiun radio yang menyuguhkan informasinya ke dalam konsep berita kepada pendengarnya. “Berita adalah suatu informasi baru (new) yang mengandung makna penting (significant), memiliki pengaruh terhadap siapapun yang mendengar atau membacanya, dan menarik bagi si pendengar (radio), pemirsa (televisi), dan pembaca (media cetak)” (Ermanto, 2001: 90).

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang terus konsisten menjalankan penyiarannya sesuai dengan mottonya yaitu “RRI Sekali Di Udara Tetap Di Udara”. Selain itu RRI menjadi radio pertama yang mengudara di Indonesia, dan selalu memberikan informasi serta berdedikasi secara menyeluruh kepada publik. Hal itu dibuktikan dengan penyebaran jaringan radio RRI lainnya yang tersebar di beberapa daerah, seperti yang tercakup di kawasan Jawa Barat meliputi Bandung (Kota Bandung, KBB, Subang, Garut,

Tasik, Ciamis, dll), Bogor (Kota Bogor dan Kab. Bogor) dan Cirebon (Kota Cirebon, Kab. Cirebon, Indramayu, Majalengka, Kuningan).

RRI Bandung di dalamnya terdapat 4 jaringan radio meliputi Programa 1 (Pro 1) sebagai pusat siaran pemberdayaan masyarakat, Programa 2 (Pro 2) sebagai pusat siaran kreatifitas anak muda, Programa 3 (Pro 3) sebagai pusat siaran berita nasional dan Programa 4 (Pro 4) sebagai pusat siaran pendidikan dan budaya. Masing-masing programa beroperasi pada bidangnya sendiri. Pembentukan programa-programa ini sengaja dibentuk saat kebebasan pers di era reformasi mulai membumi di nusantara. Tujuannya adalah agar masyarakat pendengar tetap setia dengan program-program siaran RRI ditengah perkembangan stasiun-stasiun radio swasta.

Jenis radio seperti RRI Bandung, yang menyuguhkan informasi-informasi lokal terkait dengan pemberitaan aktual dan faktual, tak sedikit yang tumbuh dan berkembang di Kota Bandung. Agar menjadi stasiun radio yang tetap diminati banyak khalayak, tentunya harus ada strategi khusus yang dieksekusi oleh Pro 1 RRI Bandung, khususnya dalam hal pemberitaan atau penyiaran berita. Sehingga berita-berita yang disajikan menjadi berita yang menggugah minat pendengar.

Strategi adalah program umum untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi (Morissan, 2009:144). Kata program dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi. Dalam hal ini harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program penyiaran yang sudah ditetapkan,

audiens yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih. Hal terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan.

Dinamika perkembangan lingkungan yang terjadi setiap waktunya, mulai dari perubahan sistem pemerintahan, perkembangan teknologi, sosial budaya dan beragam aspek lingkungan lainnya tidak lantas membuat Pro 1 RRI Bandung segan untuk mengudara dari tahun ke tahun, periode ke periode dan seterusnya. Di saat beberapa stasiun radio berita lain mungkin tak sanggup menghadapi perubahan jaman dan hilang dari peradaban, Pro 1 RRI Bandung justru masih tetap eksis hingga saat ini. Sehingga tentunya ada strategi-strategi pemberitaan atau penyiaran berita yang berjalan dibalik ke-eksistennya. Informasi pada era revolusi industri 4.0 ini seakan menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk dikonsumsi.

Revolusi Digital 4.0 telah membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan. Revolusi Digital 4.0 telah mengubah cara beraktivitas manusia dan memberikan dampak yang begitu besar pada dunia kerja, termasuk pada media. Pengaruh positif revolusi digital 4.0 yaitu efektifitas dan efisiensi sumber daya dan biaya produksi, revolusi digital 4.0 telah memperkenalkan teknologi produksi yang fleksibel dan akan beroperasi secara mandiri atau dengan bantuan manusia. Revolusi Digital 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis

teknologi, mulai dari *3D printing* hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas. Sebelum terjadinya revolusi industri 4.0 ini telah terjadi tiga revolusi industri yang ditandai dengan beberapa tanda seperti. *Pertama*, ditemukannya mesin uap dan kereta api tahun 1750-1930. *Kedua*, penemuan listrik, alat komunikasi, kimia dan minyak tahun 1870-1900. *Ketiga*, penemuan komputer, internet, dan telepon genggam tahun 1960. Pada era revolusi industri 4.0 ini terjadi perubahan besar dalam sektor industri di mana teknologi informasi dan komunikasi begitu dimanfaatkan sepenuhnya. Pada era ini model bisnis mengalami perubahan besar, tidak hanya dalam proses produksi melainkan di seluruh rantai nilai industri.

Adanya revolusi industri 4.0 tidak dapat dielakkan lagi, media harus mempersiapkan segala persiapan dan langkah-langkah strategis agar mampu beradaptasi dengan era industri digital ini yang dapat memberikan keuntungan jika bisa mengatasinya dan akan menjadi sebuah kerugian jika justru tidak bisa mengikuti perkembangannya.

Tiap negara harus merespon perubahan tersebut secara terintegrasi dan komprehensif. Respon tersebut harus melibatkan seluruh elemen seperti publik, swasta, akademisi, dan masyarakat sipil sehingga menjadikan industri 4.0 menjadi sebuah peluang. Faktor-faktor tersebut akan berjalan dengan lancar jika dapat menghadapi beberapa tantangan. Irianto (Yahya, 2018 : 9) mengungkapkan bahwa tantangan industri 4.0 yaitu (1) kesiapan industri (2) tenaga kerja

terpercaya (3) kemudahan pengaturan sosial budaya dan (4) diversifikasi dan penciptaan lapangan kerja.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai “**Strategi RRI Dalam Menyajikan Berita di Era Digital 4,0**”. Peneliti akan mengkhususkan penelitian bagaimana strategi *RRI* di era revolusi industri 4.0, penelitian ini akan dilakukan di *RRI*.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana suatu media radio *RRI* merancang strategi yang akan digunakan dalam penerapannya di era revolusi digital 4.0 dan apa pengaruh bagi masyarakat dalam penerimaan sebuah informasi nantinya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka peneliti akan merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi *RRI* dalam penyiaran berita di era digital 4.0 ?
2. Bagaimana diferensiasi pasar *RRI* dalam penyiaran berita di era digital 4.0?
3. Bagaimana jangkauan lingkup pasar *RRI* dalam penyajian berita di era digital 4.0 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana inovasi *RRI* dalam penyiaran berita di era digital 4.0 ?

2. Untuk mengetahui bagaimana diferensiasi pasar *RRI* dalam penyiaran berita di era revolusi digital 4.0 ?
3. Untuk mengetahui bagaimana jangkauan lingkup pasar *RRI* dalam penyajian berita di era digital 4.0 ?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang ilmu komunikasi dan khususnya bidang jurnalistik serta memberikan wawasan dalam mengembakan dalam melakukan penelitian berikutnya terkait strategi media massa dalam era digital 4.0.

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi media bersangkutan agar dapat memperbaiki kualitas di era revolusi digital 4.0. Serta bermanfaat bagi mahasiswa di bidang ilmu komunikasi dan khususnya jurnalistik dan memberi kontribusi dalam memahami era digital 4.0.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan sebuah penelitian, diperlukan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya ataupun yang relevan untuk menunjang kebenaran sebuah penelitian yang akan dilakukan. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan mengenai apa yang harus dilakukan media massa di era digital 4.0 pada hasil karya tulis dosen Institut Teknologi Bandung, jurnal Dosen

Binua University, dan Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. sehingga penulis termotivasi untuk melakukan kajian penelitian. Adapun yang penulis temukan beberapa judul antara lain:

- a. "Strategi Pemberitaan Program 1 RRI Bandung" Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang diteliti mulai dari gagasan redaksi dalam menyusun perencanaan berita serta eksekusi perencanaan tersebut oleh wartawan di lapangan sampai dengan penyajiannya untuk siap disiarkan dan didengar khalayak pendengar.
- b. "Program Citizen Journalism dalam meningkatkan popularitas PRFM." Penelitian ini tentu menjadi salah satu acuan bagaimana cara untuk sebuah media tetap bisa bertahan walaupun media seperti radio sudah tidak begitu populer di era ini.
- c. "*Manajemen humas radio Rama 104.7 FM Bandung dalam meningkatkan pemasang iklan.*" Penelitian ini lebih menjelaskan suatu kebijakan manajemen yang menerapkan strateginya untuk meningkatkan jumlah iklan yang masuk dan keberlangsungan radio Rama tanpa iklan iklan tersebut.
- d. "Manajemen strategik redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan industri media". Penelitian ini lebih menuju kearah bagaimana strategi sebuah media online dalam persaingannya dengan beberapa media besar lainnya di industry media massa.

- e. “Strategi Pengembangan Televisi Republik Indonesia (TVRI) Dalam Produksi”. Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan televisi republik Indonesia (TVRI) dalam produksi siaran



Tabel 1.1
Tabel Penelitian Terdahulu

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	<p>Skripsi : Rohmah, Intan Resika 2017, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik,</p> <p>Judul : Strategi Pemberitaan Program 1 RRI Bandung.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Studi Kasus, Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori hirarki pengaruh isi media.</p>	<p>Perencanaan redaksi dalam menyajikan berita dimulai dengan pelaksanaan rapat agenda setting untuk menentukan isu berita yang akan diliput.</p> <p>Pola kerja wartawan RRI Bandung dalam peliputannya ke lapangan berpedoman pada kode etik jurnalistik yang mengatur seluruh kegiatan wartawan di Indonesia.</p>	<p>Objek penelitiannya sama, meneliti bagaimana strategi yang dipakai oleh RRI dalam menyajikan berita.</p>	<p>Penelitian ini hanya terkonsen pada bagaimana program berita di RRI dikemas dan disajikan, proses dari berita “mentah” sampai “matang”.</p>
NO	NAMA DAN JUDUL	TEORI DAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN

	PENELITIAN	METODE PENELITIAN			
2	<p>Skripsi : Nurjannah, Tamara Hani 2018 Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik.</p> <p>Judul : Program <i>Citizen Journalism</i> dalam meningkatkan popularitas PRFM.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan paagidma penelitian konstruktif interpretatif dan melakukan pendekatan kualitatif deskriptif.</p>	<p>Strategi yang digunakan PRFM untuk meningkatkan popularitasnya ialah dengan cara memakai strategi yang mampu menarik masyarakat untuk menjadi netizen PRFM dalam program Citizen Journalism. Keikutsertaan masyarakat dalam mengolah berita diyakini PRFM mampu menanamkan di benak masyarakat bahwa PRFM adalah radio yang dapat membantu masyarakat sebagai media informasi.</p>	<p>Objek penelitian sama, meneliti bagaimana cara tetap eksis untuk mempopulerkan media radio. Dan bagaimana bisa memanfaatkan internet untuk perkembangan media</p>	<p>Penelitian ini lebih mengarah hanya pada satu segment untuk radio. Pada penelitian ini hanya terfokus pada program <i>Citizen Journalism</i> di PRFM.</p>
NO	NAMA DAN JUDUL	TEORI DAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN

	PENELITIAN	METODE PENELITIAN			
3	<p>Skripsi : Triadi , Muhamad Sidik 2018 Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas.</p> <p>Judul : Manajemen humas radio Rama 104.7 FM Bandung dalam meningkatkan pemasang iklan.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Teori yang digunakan penelitian ini yaitu teori POAC menurut George R. Terry.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen humas dalam meningkatkan pemasang iklan tersebut menggunakan konsep POAC yaitu perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), pelaksanaan (Actuating), dan pengawasan (Controlling), sehingga manajemen humas radio Rama FM Bandung dapat meningkatkan kinerja dari para staff yang terkait.</p>	<p>Objek penelitian cenderung relevan. Penelitian ini lebih condong meneliti strategi bisnis yang digunakan oleh media, agar tetap bisa menarik untuk khalayak.</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini, peneliti memfokuskan mengenai proses bagaimana sebuah media dapat bertahan dengan uang dari iklan.</p>
NO	NAMA DAN JUDUL	TEORI DAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN

	PENELITIAN	METODE PENELITIAN			
4	<p>Skripsi : Gumilang, Diki 2018. Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik.</p> <p>Judul : Manajemen strategik redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan industri media</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori manajemen strategik oleh Glueck Wiliam F, dan Jauch Lawrence R.</p>	<p>Manajemen strategis redaksi media online ayobandung.com dalam menghadapi persaingan media, disampaikan dalam bentuk gambar dan tulisan, materi atau sumber yang didapatkan bersumber dari pemimpin redaksi beserta editor, dan memikirkan kedepan. Sementara segmentasi pembaca ayobandung.com sendiri lebih kepada anak muda atau sekitaran umur 18-35.</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan. Penelitian ini mengarah kepada bagaimana strategi sebuah media tetap bisa bertahan di dalam persaingan industri.</p>	<p>Penelitian ini lebih difokuskan pada objek media online dan kearah bagaimana sebuah media online tetap bisa bersaing.</p>
NO	NAMA DAN JUDUL	TEORI DAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN

	PENELITIAN	METODE PENELITIAN			
5	<p>Skripsi : Bagus Permadi Setiawan, 2017, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik</p> <p>Judul : Strategi Pengembangan Televisi Republik Indonesia (TVRI) Dalam Produksi</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Studi Kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Hierarchy of Influence.</p>	<p>TVRI dalam mempertahankan eksistensinya dengan cara membuat program yang menarik membuat program acara yang dibutuhkan oleh masyarakat Jawa Barat, seperti membuat program acara kebudayaan sunda, sehingga masyarakat Jawa Barat pun dapat mengetahui perkembangan budayanya dan memenuhi kebutuhan informasi sesuai dengan permintaan masyarakat Jawa Barat.</p>	<p>Objek penelitian cenderung relevan. Penelitian ini membahas strategi pengembangan televisi republik Indonesia (TVRI) dalam produksi siaran.</p>	<p>Penelitian ini mengarah kepada strategi pengembangan televisi republik Indonesia dalam produksi siaran.</p>

1.6.2 Landasan Teoritis

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Teori Ekologi Media. Dimmick dan Rohtenbuhler (1984) mencoba menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis. Dimmick dan Rohtenbuhler mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya media memerlukan sumber penunjang hidup. Pada dasarnya, ada tiga sumber penunjang hidup media yang utama yaitu: *type of contents* (jenis isi media), *types of audiens* (jenis khalayak sasaran), dan *capital* (modal) dalam (Kriyatono, 2007:272).

Ketiga sumber penunjang tersebut merupakan tiga tiang utama yang menjadi penyangga sekaligus sumber “makanan” bagi media agar dapat *survive* dan mengembangkan dirinya dalam situasi kompetisi yang ketat. Dan ketiga sumber ini yang berusaha untuk diperebutkan oleh berbagai media agar bertahan (Kriyatono, 2007:272).

Dimmick dan Rohtenbuhler mencoba menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses etologis. Dalam pandangannya kompetisi media dapat digambarkan seperti makhluk-makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan (pasar). Bagaimana ia bertahan adalah bagaimana makhluk media tersebut mampu mencari – mendapatkan dan merebut sumber makanan yang tersedia dalam lingkungan tersebut. Persoalannya adalah jika sumber makanan yang ada di lingkungan tersebut terbatas, sementara makhluk hidup yang menggantungkan dirinya kepada sumber tersebut semakin banyak maka faktor kompetisi tidak terelakkan.

Analogi diatas dapat digambarkan bahwa pada media sejenis dapat diklasifikasikan sebagai suatu populasi, dan dengan demikian terdapat beberapa populasi yaitu populasi televisi, radio, film, media cetak dan sebagainya. Kompetisi terjadi setidaknya pada dua level, yaitu kompetisi antarpopulasi media dan kompetisi antar anggota populasi tersebut. Jika diamati nampak bahwa kompetisi antar anggota populasi cenderung lebih ketat daripada antar populasi.

1.6.3 Kerangka Konseptual

1.6.3.1 Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (David dan Thomas, 2003: 16).

Definisi lainnya tentang strategi juga dikemukakan oleh Chandler tahun 1962 yang dikutip dalam Rangkuti (2006: 4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan. Adapun pengertian strategi menurut Learned, Christensen, Andrews dan Gurth (1965) yang juga dikutip Rangkuti (2006:3) adalah alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Ada empat dimensi pokok strategi menurut Robbins (1990) sebagai berikut:

- 1) Inovasi secara khusus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang mengutamakan inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing.

- 2) Diferensiasi pasar ditujukan untuk menciptakan loyalitas konsumen melalui suatu produk atau jasa yang bersifat unik, dalam arti berbeda dari apa yang telah ada di pasar.
- 3) Jangkauan (*Breadth*) adalah penetapan ruang lingkup pasar yang akan dilayani oleh organisasi: ragam atau jenis konsumen, cakupan geografisnya, dan jenis produk atau jasa yang akan ditawarkan.
- 4) Pengendalian biaya (*Cost-Control*) dimaksudkan adalah sejauh mana perusahaan mengontrol biaya atau anggaran secara ketat.

1.6.3.2 Radio

Radio diberi julukan “The Fifth Estate” disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak. Ini disebabkan beberapa faktor, yakni:

- 1) Daya langsung, pemberitaan dengan surat kabar harus disusun secara panjang, riset, dikoreksi, dicetak, diangkut kepada agen-agen dan dari agen baru disebarkan kepada para pembaca. Dengan medium radio tidak melalui proses yang banyak. Setiap berita dapat langsung disiarkan dan ditangkap oleh para pendengar.
- 2) Daya tembus, faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuatan kelima ialah daya tembus radio siaran, dalam arti tidak mengenal jarak dan rintang.
- 3) Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya

yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni, Musik, kata-kata dan efek suara (*sound effects*).

Ketiga faktor itulah, yakni daya langsung, daya tembus dan daya tarik, yang menyebabkan radio diberi julukan “the fifth estate”. (Onong, 1990:74). Walaupun mungkin aspek hiburan pasti lebih dominan dalam program siaran radio tetapi, siaran radio pun harus mampu memberikan banyak informasi atau berita kepada khalayak. Kuantitas informasi yang sarat akan masalah sosial, agama, budaya, politik dan ekonomi secara optimal tercakup didalamnya. Untuk itu berita dalam sebuah radio harus dapat dimengerti oleh khalayak.

1.6.3.3 Digital 4.0

Perkembangan teknologi di era saat ini sudah begitu pesat, jika dahulu hanya berbentuk media cetak kini muncul media elektronik yang berupa radio ataupun televisi bahkan di masa mendatang teknologi yang digunakan oleh media bisa lebih canggih daripada media seperti yang ada seperti saat ini. Selain itu media massa memiliki peran yang begitu vital, media massa dapat membentuk pola pikir dan asumsi masyarakat, dan di era seperti sekarang ini media massa berperan penting dalam segala aspek baik aspek ekonomi bahkan politik. Media massa akan terus berkembang. Media massa begitu banyak membantu masyarakat dalam hal berinteraksi satu sama lain, mendapatkan informasi dengan begitu cepat dan berperan dalam pembangunan suatu negara. Sesuai dengan fungsinya yaitu (1) *to inform* (2) *to educate* (3) *to influence* (4) *to entertaint* (5) *to mediate* (Sumadiria, 2016 : 74-76).

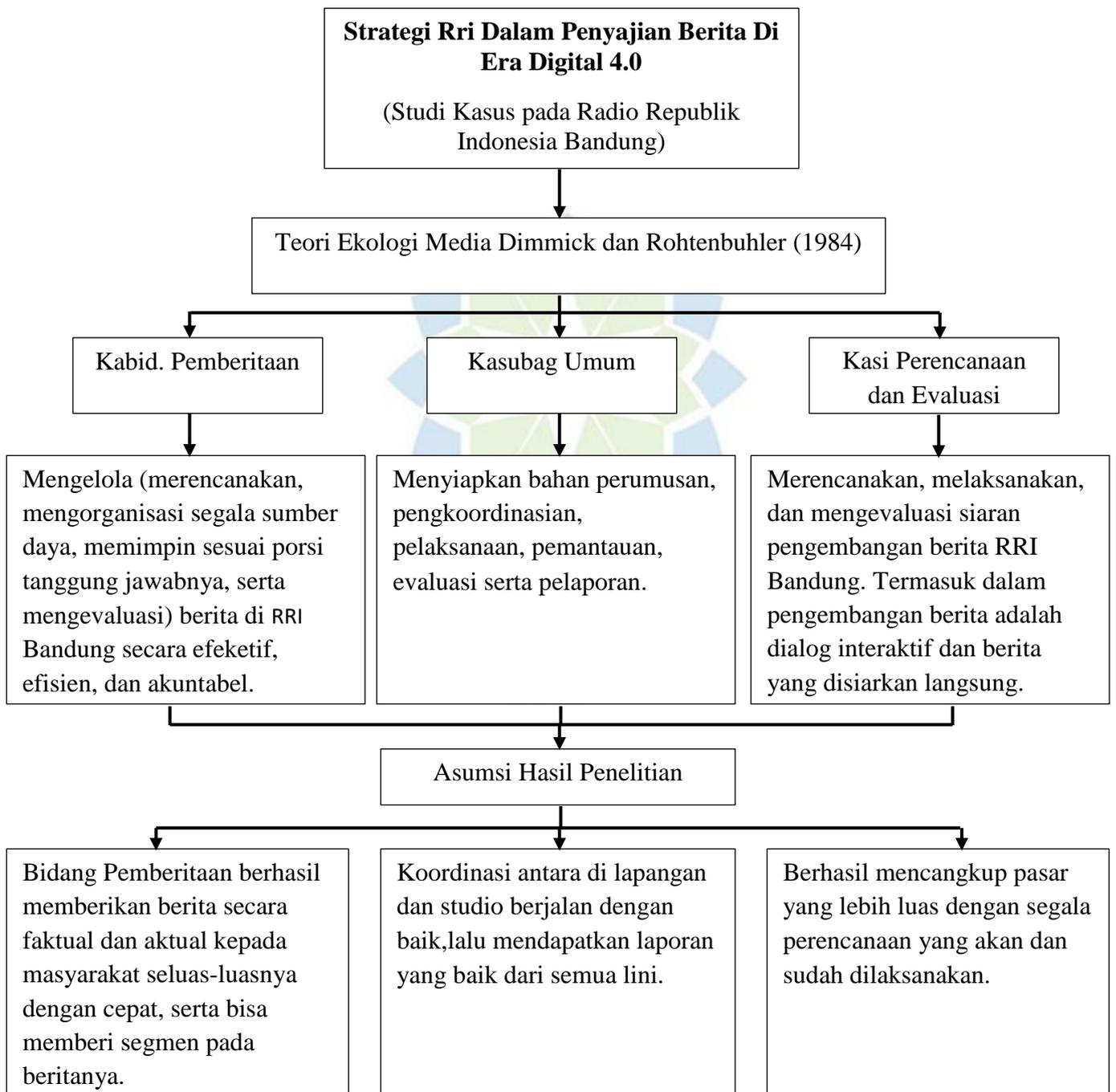
Kehadiran era revolusi industri 4.0 sudah tidak dapat dielakkan lagi. Melalui konektivitas dan digitalisasinya revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Revolusi industri 4.0 istilah yang pertama kali ada di Jerman pada tahun 2011, keadaanya ditandai dengan revolusi digital, Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi.

Revolusi industri memberi pengaruh yang sangat besar, pada revolusi industri ini terjadi perkembangan teknologi dalam sector industri, dimana teknologi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya. Agar mampu bersaing. Indonesia harus melangsungkan revolusi industri 4.0 dengan segala kelebihan maupun kekurangan revolusi industri tersebut.



1.7 Langkah Langkah Penelitian

Gambar 1.1
Skema Penelitian



1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di RRI Bandung yang terletak di Jalan Diponegoro No. 61 Kota Bandung.

1.7.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik.

Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada di antara teori fakta sosial dan defensi sosial (Eriyanto 2004:13).

Sedangkan pendekatan pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan

Penelitian yang dalam menjawab permasalahan memerlukan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh mengenai objek yang diteliti guna menghasilkan kesimpulan-kesimpulan dalam konteks waktu dan situasi yang

bersangkutan. Karena itu, pendekatan ini lebih tepat digunakan dalam sebagian besar penelitian di bidang ilmu-ilmu sosial, budaya serta penelitian-penelitian terapan untuk memecahkan masalah praktis.

Adapun yang dimaksud dengan pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, dan pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konsep yang mendetail disertai catatan hasil wawancara yang mendalam, serta analisis dokumen. Penelitian kualitatif memiliki dua tujuan utama yaitu: menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explore*) serta menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*).

Dalam penggunaan pendekatan ini, hasil penelitian merupakan deskripsi interpretasi yang mana peneliti berusaha menjelaskan dan mendeskripsikan setiap objek yang ditelitinya bersifat tentatif dalam konteks waktu dan situasi tertentu. Kebenaran hasil penelitian lebih banyak didukung melalui kepercayaan berdasarkan konfirmasi dengan pihak-pihak serta dokumen-dokumen yang diteliti.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. (Herdiansyah, 2010: 76) menjelaskan studi kasus adalah suatu model penelitian kualitatif yang terperinci tentang individu atau suatu unit sosial tertentu dalam kurun waktu tertentu. Secara lebih dalam, studi kasus merupakan suatu model yang bersifat komprehensif, intens, terperinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya untuk

menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer atau terbatas waktu.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi. Bentuk lain data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video.

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua sumber data, yaitu:

1) Data Primer

Data yang akan diperlukan dalam penelitian ini adalah data-data yang akan dikumpulkan dari hasil wawancara dengan jajaran redaksi RRI Bandung, arsip dokumentasi resmi RRI Bandung baik berupa outline ataupun data-data yang tersimpan di halaman website resmi RRI, serta observasi langsung peneliti di lapangan.

2) Data Sekunder

Data yang mendukung data primer untuk digunakan dalam suatu penelitian, data sekunder yang akan peneliti gunakan diantaranya buku-buku yang mendukung dan internet.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara merupakan alat rechecking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam.

Wawancara mendalam (*depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan narasumber terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo 2006: 72).

2) Interview

Interview adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari interview adalah kontak langsung dengan tatap muka antara si pencari informasi dengan sumber informasi (Sutopo 2006: 74).

Lincoln and Guba sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2010:322) mengemukakan ada tujuh langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu; menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan, menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan, mengawali atau membuka alur wawancara, menginformasikan iktisar hasil wawancara dan mengakhirinya, menulis hasil

wawancara ke dalam catatan lapangan, dan mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

3) Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.

Pengamatan baru tergolong sebagai teknik pengumpulan data, jika pengamatan tersebut mempunyai kriteria berikut:

- a) Pengamatan digunakan untuk penelitian dan telah direncanakan secara sistematis.
- b) Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah direncanakan.
- c) Pengamatan tersebut dicatat secara sistematis dan dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu set yang menarik perhatian saja.

1.7.6 Teknik Analisa Data

Menurut Bogdan dan Biklen (1982: 145) merupakan suatu proses pemeriksaan dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material lain yang peneliti akumulasikan untuk meningkatkan pemahamannya terhadap data dan kemungkinan peneliti mempresentasikan apa yang ditemukan orang lain. Menurut Nasution “analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun di lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian” (Sugiyono, 2010:30).

1.7.7 Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Agustus sampai Oktober, dan sumber data akan diperoleh menggunakan teknik observasi dan wawancara kepada jajaran direksi RRI Bandung.

