

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan suatu organisasi dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi perusahaan terhadap masyarakat. Organisasi memerlukan sistem manajemen efektif yang dapat menunjang jalannya organisasi secara terus-menerus untuk meningkatkan efektivitas kerja pegawai. Dalam kegiatan komunikasi organisasi terdapat alur interaksi dan transaksi berupa vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal berperang sangat penting bagi sebuah kelangsungan hidup suatu perusahaan terutama dalam lembaga penyiaran publik (Haryati, 2020).

Iklm komunikasi organisasi merupakan sesuatu yang nyata dan dapat dirasakan oleh para karyawan selama bekerja. Muhammad (2004) juga mengatakan bahwa iklim komunikasi yang penuh rasa persaudaraan mendorong anggota organisasi untuk dapat berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah, dengan anggota lainnya. Pace dan Faules (2002) juga mengatakan bahwa iklim komunikasi di dalam suatu organisasi sangat penting dan berpengaruh terhadap kehidupan sosial antar anggota organisasi (Ariawati, 2015).

Perkembangan era digitalisasi membuat perusahaan yang berkaitan dengan media massa seperti penyiaran radio membutuhkan komunikator untuk menjadi kreatif, inspirasi, dan adaptif dalam membangun hubungan antar karyawan yang profesional dan produktif. Hal ini berkaitan dengan iklim komunikasi organisasi yang menciptakan citra bagi perusahaan untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi (Lestari, 2015).

Keberadaan radio konvensional menjadi tanda tanya besar karena perkembangan digital telah mengubah sebagian besar kehidupan masyarakat. Radio konvensional sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat yang kini lebih sibuk mencari informasi melalui televisi dan media berbasis *internet*, sehingga sudah

tidak menganggap radio konvensional sebagai sumber utama informasi (Andreas, 2017).

Menurut data hasil survei AC Nielsen pada tahun 2016 hingga tahun 2018, penetrasi radio turun perlahan dari 37,6 persen menjadi 34,3. Data hasil survei AC Nielsen mengatakan radio saat ini masih mempunyai peluang untuk tetap eksis. Hal ini ditunjukkan pada data AC Nielsen tahun 2019 bahwa radio mengalami kenaikan menjadi 36,3 persen dengan rincian pada generasi Z (10-19 tahun) sebanyak 33 persen, dan generasi X (35-49 tahun) sebanyak 37 persen, serta pada generasi *Baby Boomers* (50-64 tahun) sebanyak 32 persen (Silviana, 2020).

Radio Bali Mandala Perkasa yang terletak di Jalan Buwitan No. 175, Desa Serongga Kelod, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, merupakan perusahaan jasa penyiaran radio swasta yang sudah berdiri sejak tahun 2005. Radio Bali Mandala Perkasa mempunyai target pendengar pada generasi X (35-49 tahun) dan generasi *Baby Boomers* (50-64 tahun).

Radio Bali Mandala Perkasa dilihat dari data pendapatannya pada tahun 2019 hingga tahun 2021 mengalami penurunan sebanyak 40 persen yang diperoleh dari iklan produk dan iklan layanan masyarakat. Pendapatan iklan komersial pada Radio Bali Mandala Perkasa sebelumnya mencapai 20 juta rupiah perbulannya. Radio Bali Mandala Perkasa juga tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang memadai. (Suwandhi, wawancara, 2022).

Berdasarkan profil perusahaan Radio Bali Mandala Perkasa, perusahaan memiliki karyawan sejumlah 14 orang di tahun 2019 sampai 2021, diantaranya adalah direktur, asisten direktur, 10 orang penyiar, dan petugas teknis, serta petugas keamanan. Karyawan perusahaan tersebut pada awal tahun 2022 berkurang menjadi 10 orang, diantaranya adalah direktur, tujuh orang sebagai penyiar radio, petugas teknis, dan pengurus administrasi.

Radio pada umumnya harus memiliki struktur organisasi yang diantaranya terdapat direktur, manajer umum, manajer urusan administrasi, humas, direktur

musik, produser, manajer, operator (*On air*), penulis naskah, pengurus iklan (*Off Air Branding*), dan penyiar (Firmanto, 2020).

Struktur organisasi yang ideal tersebut dapat membantu program acara pada stasiun radio berjalan dengan baik. Sementara di dalam stasiun radio dibutuhkan kreativitas dan jumlah sumber daya manusia yang cukup. Hal ini sejalan dengan pendapat Morissan (2011) yang menyatakan bahwa media penyiaran tidak luput dibantu oleh kreativitas orang-orang yang bekerja di belakang dan memiliki tiga pilar utama pada setiap bidang penyiaran, tiga pilar tersebut mencakup teknik, siaran, dan administrasi (Wardana, 2011).

Berdasarkan riset awal peneliti dengan melakukan wawancara pada salah satu penyiar Radio Mandala, Sumianto, 21 Oktober 2022, mengatakan bahwa kurangnya sumber daya manusia pada stasiun Radio Mandala berdampak pada program acara yang ada di radio tersebut. Radio Bali Mandala Perkasa pada awalnya memiliki tujuh program siaran umum yang dimulai dari jam 06:00 WITA – 23:00 WITA. Permasalahan yang terjadi membuat kreativitas di radio tersebut ikut menurun, sehingga mengakibatkan beberapa program siaran terhenti.

Dalam konteks komunikasi organisasi, tentunya kreativitas karyawan berkaitan dengan iklim komunikasi organisasi pada perusahaan tersebut. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Pangumpia (2013) bahwa komunikasi dalam suatu organisasi akan membentuk suatu iklim komunikasi. Iklim komunikasi organisasi yang bersifat positif dapat mendorong produktivitas kerja karyawan untuk memiliki kreativitas di dalam organisasi, sebaliknya jika komunikasi organisasi bersifat negatif maka dapat menghambat produktivitas tinggi karyawan sehingga mengakibatkan hancurnya organisasi.

Padahal, dalam menjalankan kehidupan organisasinya perusahaan yang berkecimpung dalam dunia media massa melibatkan banyak pekerja. Karyawan yang biasanya bekerja dalam dunia massa dituntut secara tidak langsung memiliki sifat kreatif, integritas tinggi, dan *up to date*. Hal ini dapat mempermudah perusahaan untuk memaksimalkan potensi masing-masing karyawan. Penerapan

pembagian tugas ini terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi ditengah berkembangnya era digitalisasi, yaitu koordinasi dan integrasi antar bagian untuk menjalankan kehidupan perusahaan, maka dalam hal ini komunikasi organisasi sangat berperan penting (Bintoro & Muktiyo, 2014)

Perkembangan zaman tidak bisa terhindarkan, media konvensional seperti radio harus mencari jalan untuk tetap relevan di masa sekarang. Siaran radio analog konvensional saat ini masih bertahan, karena jangkauannya mencapai pendengar tanpa koneksi *internet*. Namun, konvergensi di dalam dunia radio diperlukan untuk menjaga eksistensi radio pada era digitalisasi. *Podcast* menjadi salah satu ancaman bagi radio karena *podcast* lebih eksis di kalangan anak muda masa kini. Ancaman lainnya bagi radio terletak pada konten kreator, dengan adanya program yang dapat menarik perhatian anak muda maka akan membangun *engagement* bagi radio itu sendiri (Hikmah, 2022).

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, radio menjadi objek penelitian yang memiliki beberapa permasalahan, diantaranya adalah sumber daya manusia yang terbatas. Dengan adanya keterbatasan itu, bagaimana iklim komunikasi organisasi harus dikelola, dilihat dari penghasilan radio yang terus menurun. Hal ini tidak menutup kemungkinan untuk mengatur ulang sumber daya manusia. Maka penulis memilih judul penelitian skripsi yaitu Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Radio Bali Mandala Perkasa Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana iklim komunikasi organisasi yang terjadi di Radio Bali Mandala Perkasa dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Menganalisis dan mendeskripsikan iklim komunikasi organisasi di Radio Bali Mandala Perkasa dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk perusahaan sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam mengambil keputusan, tindakan, serta guna memperbaiki, meningkatkan komunikasi organisasi di dalam perusahaan terutama pada bidang penyiaran radio.

2) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan dan memberikan wawasan dalam mengembangkan kajian untuk mahasiswa di bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada komunikasi organisasi media massa. Penulis juga berharap penelitian ini menjadi *referensi* tambahan bagi peneliti lainnya yang mengkaji teori iklim komunikasi organisasi terutama pada bagian *internal* lembaga penyiaran.

1.5 Sistematika Bab

Adapun sistematika bab dalam penyusunan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan bacaan ditulis secara sistematis dalam lima bab, sebagai berikut:

- 1) **Bab I Pendahuluan**, pada bab pendahuluan ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika bab penelitian.
- 2) **Bab II Tinjauan Pustaka**, tinjauan tentang karakteristik radio di era digital, komunikasi organisasi dalam media massa, iklim komunikasi organisasi

serta indikator iklim komunikasi organisasi, Faktor-faktor iklim komunikasi organisasi, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

- 3) **Bab III Metodologi Penelitian**, pada bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian dan teknik analisis data sesuai kebutuhan penelitian.
- 4) **Bab IV Hasil dan Pembahasan**, pada bab ini merupakan pokok dari skripsi yang menjelaskan masalah yang sedang diteliti sehingga menghasilkan iklim komunikasi organisasi di Radio Bali Mandala Perkasa.
- 5) **Bab V Penutup**, bab ini merupakan bab penutup dari hasil seluruh uraian penulisan skripsi yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.



