

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penciptaan karya

Masuk di era digital seperti saat ini turut mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia dalam mencapai keinginan dan tujuannya. Melihat aktivitas masyarakat setiap harinya yang tidak bisa dilepaskan dari ketergantungan perangkat pintar yang dapat dipergunakan untuk berbagai macam keperluan salah satunya yaitu untuk mengakses Informasi terbaru di Media. Dengan hadirnya sebuah Informasi, maka masyarakat akan mengetahui peristiwa penting yang sedang terjadi di sekitarnya. Informasi bisa diperoleh Khalayak melalui saluran Media massa. Agar khalayak tetap setia dengan mediana maka pemilik media massa diharuskan untuk berinovasi dengan melakukan sejumlah terobosan agar bisa bersaing ditengah kompetisi antar Media. Salah satu media massa yang masih menjadi favorit khalayak dalam mencari sumber informasi adalah radio.

Radio merupakan alat komunikasi yang penyampaian dalam memberi informasi atau hiburan hanya melalui gelombang suara tidak menggunakan kabel. Radio menjadi salah satu media yang memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi pendengarnya. Karena, radio hadir untuk menyajikan informasi yang bersifat informatif, memiliki fungsi sebagai agen perubahan sosial serta menjadi alat kontrol sosial (Suryandari et al. 2023:319).

Dengan melakukan siaran melalui audio suara tentu menciptakan sebuah pengalaman pendengar menjadi nyata sebab rangsangan indra pendengar akan menciptakan sebuah imajinasi seakan akan sedang mendengarkan atau berbicara dengan orang lain. Menurut Pattersson dan Radtke (2009) bahwa suara dari media audio seperti radio memiliki kemampuan dalam membentuk

nuansa emosional, dramatis atau atmosfer yang signifikan, bahkan mempengaruhi indera pendengaran Dalam (Widjajanto, 2013).

RASI FM Magetan adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri penyiaran radio(Dalam arsip RASI FM 2024). Radio RASI FM berdiri sejak tahun 1999 dan mulai melakukan siaran pertamanya pada tahun 2000 hingga sekarang. Dan merupakan salah satu radio Swasta yang berada di kota Magetan. Dengan *tagline* inspiratif dan informatif menggambarkan bawah stasiun radio ini selalu memberikan informasi,hiburan serta *talkshow* dengan orang-orang penting untuk mendapatkan kisah-kisah yang inspiratif bagi pendengar. Untuk tetap bisa bertahan melakukan siaran selama 23 tahun stasiun radio ini melakukan berbagai inovasi dan peningkatan kualitas siaran salah satunya dengan menghadirkan siaran secara visual yang menjadikan satu-satunya radio yang menghadirkan siaran *visual* di Magetan. Hasil dari peningkatan kualitas siaran tersebut dalam beberapa tahun terakhir membuat radio RASI FM memperoleh beberapa penghargaan seperti juara lomba iklan layanan masyarakat (ILM) pada agustus 2020, mendapat penghargaan KPID *awards* pada desember 2020 dan mendapat *media award* dari pemkab magetan pada desember 2021(Dalam arsip RASI FM 2024).

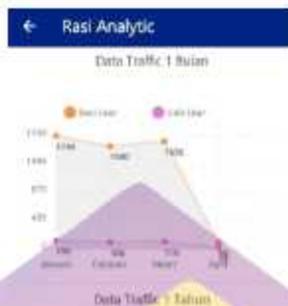


Gambar 1.1 screenshoot tayangan live di Youtube RASI FM

Bentuk peningkatan kualitas siaran radio visual yang di lakukan oleh RASI FM adalah melakukan *live streaming* di platform digital dan menyiarkan semua program *talkshow* di aplikasi *Youtube*. Namun, dalam proses peningkatan kualitas siaran radio RASI FM mengalami kendala. Dari berbagai *live streaming* yang di lakukan rata rata jumlah penonton nya tidak menyentuh lima puluh penonton. Padahal ini merupakan inovasi yang dilakukan RASI FM dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut kemungkinan di sebabkan karena masih banyak pendengar Radio RASI FM yang tidak mengetahui jika RASI FM hadir dengan siaran visual. Sedangkan berdasarkan data survei yang di lakukan oleh RASI FM pada tahun 2020.



Gambar 1.2 Analisis data dari RASI FM



Gambar 1.3 Statistik pendengar Xspace

Dilihat data survei dari 3 tahun lalu menunjukkan bahwa rata rata umur pendengar RASI FM adalah 25-50 tahun atau bisa di simpulkan bahwa di umur tersebut rata rata adalah orang yang sudah memiliki pekerjaan sehingga mereka menjadikan RASI FM sebagai media dalam mencari sumber informasi berita serta hiburan. Akan tetapi dari statistik 1 tahun terakhir di aplikasi *Xspace* memperlihatkan adanya penurunan yang signifikan dari pendengar RASI FM. Sadar akan hal tersebut membuat RASI FM harus melakukan penguatan positioning terhadap pendengar nya. Dengan melakukan sebuah promosi pembuatan *vidio company profile*. Pada proses nya penulis tertarik dengan proyek tersebut dan menjadikan RASI FM sebagai objek penelitian serta di harapkan dapat menguatkan *positioning* serta menambah jumlah pendengar di masa depan.

Sebelum membuat *vidio company profile* tahapan yang dilakukan adalah melakukan pra penelitian dengan tujuan agar mengetahui keinginan dan kebutuhan dari perusahaan tersebut. Berdasarkan pihak RASI FM mengatakan jika perusahaan nya memang belum mempunyai wadah media promosi berbentuk *vidio company profile*. Menurut Dewo dan Dewi (2019), dalam Brihandono (2023) *Company profile* adalah sebuah identitas ataupun ciri khas baik itu berbentuk jasa atau barang dengan tujuan untuk memberikan

informasi, mempengaruhi ataupun membujuk khalayak perihal gambaran. Sehingga di harapkan dengan adanya proyek ini dapat di gunakan sebagai citra dari Rasi FM kepada pendengar serta dapat menarik kembali minat pendengar terhadap Rasi FM.

Untuk menghasilkan vidio *Company Profile* dapat menarik perhatian penonton atau mempengaruhi sikap mereka, maka di perlukan sebuah strategi. Salah satu strategi yang bisa menarik perhatian penonton adalah dengan menggunakan konsep komunikasi persuasif ke dalam narasi dari vidio *Company Profile*. Dalam komunikasi persuasif terdapat tujuan yaitu adanya ruang untuk mempengaruhi audiens seperti sikap atau kondisinya. Pada komunikasi persuasif memiliki definisi yaitu merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun non verbal.

Menurut Miller(1989) dalam Eviany(2019) komunikasi persuasif adalah situasi-situasi memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sedangkan Komunikasi persuasi menurut Larson(1986) dalam Eviany(2019) yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasi, dan mempertimbangkan kehadiran audiens. dalam bahasa latin sendiri persuasif memiliki arti membujuk, mengaja atau merayu. Atas dasar tersebut penulis merasa penggunaan konsep komunikasi persuasi ke dalam vidio *company profile* akan sangat penting karena dampak dari komunikasi persuasif dapat langsung mempengaruhi audiens yang menonton sehingga memberikan dampak yang positif bagi stasiun radio Rasi FM.

Pada proses pengerjaan nya penulis mendapatkan *jobdesk* sebagai penulis naskah. Untuk menghasilkan vidio *company profile* yang menarik, di buatlah narasi yang memberikan penekanan pada Visi Misi serta keunggulan dari Rasi FM dengan tujuan menyakinkan masyarakat bahwa Rasi FM merupakan tempat

sumber Informasi terpercaya dan bisa di nikmati oleh semua kalangan, serta juga memasukan sejarah singkat dari Rasi FM agar masyarakat bisa mengetahui bagaimana dan kapan Rasi FM berdiri. Karena target yang di tuju adalah pendengar yang berusia 25 – 50 tahun maka perlu di ciptakan citra perusahaan yang peduli dengan pendengar nya seperti cek kesehatan gratis dan berbagi di hari jumat Di kemas dengan *Voice Over* dan pemilihan musik *Backsound* merupakan hal penting dari elemen elemen Komunikasi Persuasi agar vidio Company Profile tersebut bisa di nikmati oleh masyarakat.

Adanya vidio *company profile* juga di harapkan dapat menarik dan memperkuat posisi RASI FM di bidang penyiaran dan menyebarkan jangkauan pasar di Era *digital*. Berdasarkan latar belakang di atas penulis ingin membuat vidio *Company Profile* sebagai Media Infomasi.

1.2 Manfaat penciptaan karya

1.2.1 Manfaat karya secara akademis

Dalam ilmu komunikasi, adanya proyek vidio *company profile* ini di harapkan dapat menjadi manfaat akademisi dengan konsep pembuatan *company profile* yang menarik karena di dalam nya menggabungkan antara komunikasi persuasif dengan pesan pesan yang ingin di sampaikan oleh perusahaan melalui vidio. Laporan ini juga bisa menjadi bahan evaluasi bagaimana peran penulis naskah dalam membuat *company profile* mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi. Sehingga di harapkan laporan ini dapat memberikan pemahaman akademisi di era *media digital*.

1.2.2 Manfaat karya secara praktis

Manfaat secara praktis di harapkan proyek ini dapat membantu memperkuat positioning dari RASI FM serta meningkatkan pendengar siaran radio dan dengan vidio *company profile* ini bisa membuka kerja sama lebih luas dengan instansi lainya sedangkan manfaat praktis bagi penulis adalah untuk menambahkan portofolio pekerjaan yang sesuai dan menjadi tugas akhir penulis untuk kelulusan. Untuk masyarakat umum karya ini dapat menjadi sebuah refrensi ide dalam membuat karya *company profile* lainya.

