BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Keberadaan *Event* bagi radio cakra 90.5 FM Bandung sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan lagi dalam Strategi *Event Mangement*. Persaingan usaha dalam bidang siaran radio swasta komersial semakin berat, baik ditingkat pusat maupun daerah. Radio swasta komersial hidup dari banyaknya pendengar. Berdasarkan observasi peneliti, Radio cakra menargetkan pendengar dengan rentang usia 19-45 tahun yang senang mendengarkan lagu-lagu dangdut terbaru. Untuk menghadapi persaingan tentunya radio cakra 90.5 FM Bandung perlu mempertahankan eksistensinya dikalangan masyarakat dengan cara mengadakan *Event off air*, dengan cara Radio Cakra 90.5 FM Bandung harus benar-benar memahami dan mengenali ekspektasi atau apa yang diinginkan para pendengar.

> *Event* dalam arti sempit dapat diartikan sebagai pameran, pertunjukan, festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung sedangkan dalam artiluas *Event* dapat diartikan sebagai suatu tempat agar mereka memperolehinformasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan penyelenggara[1].

Event merupakan suatu peristiwa yang direncanakan untuk memberikan pengalaman dan hal positif kepada penonton yang hadir. Pengalaman tersebut harusmampu memberikan kesan yang positif yang mendalam serta mampu disimpan dalam memori penonton dengan jangka waktu yang lama. Maka dari itu materi pengalaman yang akan disajikan pada *Event* tersebut harus memiliki ciri khas, mampu menarik penonton, dan bermanfaat sebagai sarana hiburan Pendengar[2].

---

[1] Lutfhi,Ahmad.2020.*Implementasi Konsep Event dalam Pelaksanaan Medan International Coffe Festival (MICF)*. Jurnal Ilmu Manajemen

[2] Komala,Nita.2019.*Strategi Komunikasi Pemasaran Konsep Baru Event Jakcloth Summer Fest Dalam Menarik Clothing Company*. Jurnal Ikon 2019.

Dalam penelitian ini penulis meneliti *Event* yang diselenggarakan oleh Radio Cakra 90.5 FM Bandung yaitu *Event* Warung Koplo Cakra Superstar. Warung Koplo Cakra Superstar tersebut yaitu *Event* yang diadakan setiap hari Sabtu pada pukul 20:00 sampai dengan 22:00 WIB. Dalam *Event* Cakra Superstar tersebut yaitu khusus untuk menyiarkan lagu-lagu dangdut saja. *Event* tersebut dilakukan secara *On air* namun disiarkan juga secara *Off air*, yaitu dilakukan di luar kantor siaran seperti di kafe atau dilapangan warga, hal tersebut dilakukan untuk menjadikan Radio Cakra 90.5 FM Bandung semakin dekat dengan para pendengar dengan *Eventoff air* tersebut, sehingga para pendengar dapat secara langsung melihat bagaimana proses siaran dilaksanakan Hal tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk mempertahankan Pendengar Radio Cakra 90.5 FM Bandung.

Gambar 1.1

Poster Warung Koplo Cakra Superstar

***Sumber*: Instagram @cakra90.5fm**

Gambar diatas merupakan bagian dari *Event* yang diselenggarakan oleh Radio Cakra 90.5 FM Bandung yang bertempat di lapangan warga Jalan Setra indah VI Dalam RT.03 RW.03 Kota Bandung pada hari Sabtu 27 Agustus 2022 pukul 20.00 sampai dengan 22.00 WIB dan dimeriahkan oleh Ayu

Lestari, Novia Naura, Novi Indriani, Elika Zianata, dan Nay Febriana. Serta di pandu oleh host Mang Janu dan Imeymey.

Alasan penulis memilih meneliti *Event* Warung Koplo Cakra Superstar oleh Radio Cakra 90.5 FM Bandung karena terdapat keunikan dari Radio Cakra 90.5 FMBandung. Untuk mempertahankan Pendengarnya Radio Cakra 90.5 Fm Bandung membuat *Event* Warung Koplo Cakra Superstar secara *off air* hal tersebut menjadi salah satu keunikan dari Radio Cakra 90.5 FM Bandung, karena proses pempublikasian siaran suara penonton *event* Warung Koplo Cakra Superstar yang ikut bernyanyi secara *off-air* disuguhkan secara original tanpa ada proses editing dan disiarkan secara *on-air* di Radio Cakra 90.5 FM Bandung, dan yang membedakan *event* Radio Cakra 90.5 FM Bandung dengan radio lainnya adalah *event* ini terjun langsung kepada Masyarakat dan menjadi hiburan serta sarana silaturahmi antara tim Radio Cakra 90.5 FM bandung dengan pendengarnya. Tidak hanya siaran *off air* Radio Cakra 90.5 FM Bandung juga memberikan Pendengar dengan kegiatan yang lain seperti games, bazar dan tidak lupa Radio Cakra 90.5 FM Bandung juga menyiapkan Doorprize untuk para Pendengarnya. Jika di bandingkan dengan radio yang ada di Bandung, kebanyakan radio mengadakan *Event* di tempat-tempat seperti café maupun tempat karaoke yang membuat segelintir masyarakat kesulitan untuk hadir.

Salah satu Radio dangdut yang ada di Bandung selain Radio Cakra 90.5 FM Bandung yaitu Radio dahlia 101.5 FM Bandung. Radio Dahlia memiliki acara rutin yang bernama wakuncar yang sama dengan konsep siaran kelilling dengan salah satu cara Radio Dahlia dengan mempertahankan pendengar melalui *Event off air* yang dinamakan wakuncar, dalam *Event* tersebut pembawa acara melakukan siaran langsung di hadapan warga sekitar lokasi *Event* yang di selenggarakan dalam acara tersebut, selain membawakan siaran para penyiar juga kerap melibatkan warga sekitar untuk turut andil dalam memeriahkan *Event* tersebut melalui kegiatan seperti bernyanyi bersama dan sesekali menanyakan terkait pendapat atau kesan maupun saran

bagi Radio Dahlia.

Jika dibandingkan dengan *Event* Warung Koplo Cakra Superstar terdapat beberapa perbedaan dan persamaan salah satunya adalah waktu melaksanakan *Event* yang sama-sama dilaksanaakan pada akhir pekan, lokasi penyelengaraan *Event* Radio Dahlia bersifat menetap pada satu lokasi yaitu alun-alun kota bandung sedangkan *Event* Radio Cakra Warung Koplo Cakra Superstar bersifat tidak menetap atau berpindah pindah lokasi.

Event Warung Koplo Cakra Supertar termasuk ke dalam bentuk *special Event*. *Special Event* yaitu kegiatan khusus yang menjadi salah satu daya tarik masyarakat terhadap suatu perusahaan, produk, ataupun seseorang. Sedangkan menurut Walters dan Rashid (2013) "*Special Events* merupakan sesuatu kegiatan yang terjadikarena adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai dan pelaksanaannya dilakukan secara tidak rutin."

Special Event menjadi bagian yang sangat populer pada program pemasaran daribanyak perusahaan, sebab perusahaan melihat *Event* sebagai peluang promosi yang sangat baik. Perkembangan *special Event* terus mengalami kemajuan yang sangat pesat dan dalam beberapa perusahaan banyak yang berinovasi dengan mencampurbeberapa jenis *special Event*[33].

Dalam penelitian ini peneliti memakai teori manajemen *special Event* menurut Goldblatt. Menurut Goldbaltt terdapat 5 tahapan yang dilakukan untuk membentuk *Event* yang efektif. Pertama *research*, yaitu memilih kebutuhan, keinginan dan asa menurut sasaran *Event.* Kedua *design*, yaitu memilih mengenai elemen-elemen apasaja yang akan terdapat pada *Event*. Ketiga *planning*, yaitu memilih waktu, lokasi dan tempo pada setiap aktivitas pada *Event* tersebut. Keempat *coordination,* yaitu tahap pelaksanaan atas keputusan yang telah diambil sebelumnya. Kelima *evaluation* proses, yaitu tahapan proses manajemen *Event* untuk mendapat *riview* secara

[3] Yolanda, Aditya. 2021. *Penyelenggaraan Event BRI Run Dalam Membangun Citra PT.Bank Rakyat Indonesia*. Jurnal Cyber PR

komprehensif dari setiap tahap[4]

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. ”Studikasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaanya suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why,* dan bila fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2015:1)”. Peneliti menggunakan studi kasus karena dianggap tepat untuk mengetahui mengenai *Event* yang diselenggrakan oleh salah satu radio di Bandungyaitu Radio Cakra 90.5 FM Bandung.

Keberhasilan suatu penyelenggaraan *special Event* tidak terlepas dari peran Radio Cakra 90.5 FM membuat strategi agar bisa berjalan efektif. “Suatu *Event* dapat dikatakan berhasil apabila strategi komunikasi pemasarannya berjalan efektif (Tuckwell, 2014:313)”. Besar kecilnya pengaruh komunikasi pemasaran bergantung bagaimana sebuah pesan diekspresikan, dan juga kandungan dari pesanitu sendiri. Jika komunikasi tidak efektif, komunikasi itu bisa berarti pesan yang disampaikan tidak diterima dengan baik, atau dalam penyampaian pesannya kurang baik sehingga tidak dapat tersampaikan.

Event Management dapat membantu pihak penyelenggara *Event* dalam menentukan pesan apa yang disampaikan kepada target Pendengar guna membangung motivasi untuk melakukan partisipasi di dalam penyelenggaraan *Event* serta menentukan pengguna media yang tepat dalam upaya menjangkau Pendengar secara luas. Untuk menghasilkan *Event* yang efektif terdapat lima tahapan yang dapat dilakukan diantaranya yaitu *research, design, planning, coordination,* dan *evaluation* (Goldblatt, 2013:44-64).

Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan

[4] Subekti,Priyo. 2017. *Manajemen Informasi Special Event HUTTEL 62 Oleh SMA Negeri 3 Jakarta*. Jurnal Manajemen Universitas Padjadjaran.

penelitian secara mendalam mengenai "Strategi *Event Management* Radio Cakra 90.5 FM Bandung Untuk Mempertahankan Pendengar*"*

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dari konteks penelitian yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengambil focus dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1.2.1. Fokus Penelitian

Bagaimana Strategi *Event Management* Radio Cakra 90.5 FM Bandung Untuk Mempertahankan Pendengar?

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Konsep *Management Special Event* Pada *Event* Warung Koplo Cakra Superstar di Radio Cakra 90.5 FM Bandung?
2. Bagaimana Hambatan Strategi *Event Management* Radio Cakra 90.5FM Bandung Untuk Mempertahankan Pendengar?
3. Mengapa Radio Cakra 90.5 FM Bandung Menyelenggarakan *Event* Warung Koplo Cakra Superstar?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Implementasi Konsep *Event Management* Radio Cakra 90.5 FM Bandung
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Hambatan Strategi *Event Management* Radio Cakra 90.5 FM Bandung Untuk Mempertahankan Pendengar
3. Untuk Mengetahui Mengapa Radio Cakra 90.5 FM Bandung

Menyelenggarakan *Event* Warung Koplo Cakra Superstar

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak pihak terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan secara umum bermanfaat untuk perkembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang kajian *Management Event.*

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara manfaat bagi beberapa kalangan, yaitu:

1. **Bagi Peneliti**

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai kajian ilmu komunikasi sebagai aplikasi teori *special Event*

2. **Bagi Akademis**

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumbangan informasi bagi literasi sumber rujukan penelitian selanjutnya mengenai *special Event.*

3. **Bagi Radio Cakra 90.5 FM**

   Penelitian yang dilakukan peneliti digunakan untuk menjadi referensi monitoring dan evaluasi penerapan *Management Event.*