



## STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN KUALITAS SIARAN PADA LPP RRI CABANG MADYA – DENPASAR

I Wyan Sari Dika <sup>a,1</sup>

<sup>a</sup> Ashram Gandhi Puri

<sup>1</sup> Corresponding Author, email: [iwsd14@gmail.com](mailto:iwsd14@gmail.com) (Dika)

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 07-04-2024

Revised: 05-05-2024

Accepted: 21-05-2024

Published: 30-05-2024

#### Keywords:

Strategy, Public Relations, Quality, Broadcast, Radio

### ABSTRACT

*In the ever-growing digital era, traditional broadcast media such as radio face significant challenges. Technological changes have changed the way people consume media, with more and more audiences turning to digital platforms and social media for information. This research aims to identify and analyze the public relations strategies implemented by RRI Madya-Denpasar Branch in improving broadcast quality and to find out what obstacles are faced by public relations in improving broadcast quality at RRI Madya-Denpasar branch. It is hoped that the findings from this research will be useful for academics who deepen the role of Public Relations in broadcast media. The research design used is qualitative descriptive. Research data was collected through interview techniques, literature study and documentation. Data analysis is based on descriptive explanation. The author's steps in analyzing the data obtained are through the stages of data collection, systematic data presentation, discussion and conclusions. The research results show that internal and external Public Relations strategies are the key to maintaining and improving broadcast quality. In responding to the obstacles that arise, LPP RRI Madya-Denpasar Branch uses stages such as fact finding, planning, action and communication, and evaluation to solve problems effectively.*

### PENDAHULUAN

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang telah menjadi bagian integral dari sejarah Indonesia sejak didirikan pada 11 September 1945, tak lama setelah proklamasi kemerdekaan. Sebagai lembaga penyiaran terbesar dan tertua di Indonesia, RRI memiliki mandat untuk menyebarkan informasi, memberikan edukasi, serta menyediakan hiburan bagi masyarakat di seluruh pelosok negeri. Peran RRI tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media perjuangan dan pemersatu bangsa, yang telah berpartisipasi aktif dalam berbagai peristiwa penting sepanjang sejarah Indonesia.

LPP RRI Cabang Madya-Denpasar, sebagai bagian dari jaringan RRI yang luas, memiliki tanggung jawab khusus dalam melayani masyarakat di Bali dan sekitarnya. Mengingat Bali adalah pusat budaya dan pariwisata yang terkenal secara internasional, RRI Denpasar harus mampu menyediakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga relevan dengan kebutuhan lokal dan menarik bagi audiens yang beragam.

Dalam era digital yang terus berkembang, media penyiaran tradisional seperti radio menghadapi tantangan signifikan. Perubahan teknologi telah mengubah cara orang mengonsumsi media, dengan semakin banyaknya audiens yang beralih ke platform digital dan media sosial untuk mendapatkan informasi. Selain itu, persaingan dengan media digital, podcast, dan streaming musik membuat radio perlu beradaptasi agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar.

Public relations (PR) menjadi salah satu kunci utama dalam upaya LPP RRI Cabang Madya-Denpasar untuk meningkatkan kualitas siaran dan mempertahankan audiens. PR tidak hanya berfungsi sebagai jembatan antara media dan masyarakat, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membentuk citra, membangun hubungan, dan meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan strategi PR yang efektif, RRI dapat memastikan bahwa siarannya tetap menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pendengar.

LPP RRI Denpasar memiliki tanggung jawab untuk melayani masyarakat Bali yang dikenal dengan kekayaan budaya dan tradisi yang kuat. Oleh karena itu, siaran RRI harus mampu mencerminkan nilai-nilai lokal sambil tetap menyajikan informasi nasional dan global yang penting. Ini memerlukan strategi PR yang mampu mengakomodasi keberagaman budaya, serta responsif terhadap isu-isu lokal dan global. Strategi PR yang diterapkan oleh RRI Denpasar mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan konten yang relevan hingga pemanfaatan teknologi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pengembangan konten berbasis audiens dilakukan melalui survei dan penelitian untuk memahami kebutuhan dan preferensi pendengar. Ini membantu RRI dalam merancang program siaran yang lebih menarik dan sesuai dengan minat audiens.

Selain itu, pemanfaatan platform digital seperti media sosial, streaming online, dan aplikasi mobile menjadi penting dalam strategi PR RRI Denpasar. Platform digital tidak hanya memungkinkan RRI untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga memberikan peluang untuk interaksi yang lebih personal dan langsung dengan pendengar. Ini menciptakan ruang bagi umpan balik yang konstruktif dan meningkatkan loyalitas pendengar. Keterlibatan aktif dengan komunitas lokal juga menjadi fokus utama dalam strategi PR LPP RRI Denpasar. Melalui berbagai acara komunitas, diskusi publik, dan program interaktif, RRI berusaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar tetapi juga memperkuat posisi RRI sebagai media yang peduli dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Namun, strategi PR ini tidak tanpa tantangan. Keterbatasan anggaran, persaingan dengan media digital, dan perubahan preferensi audiens menjadi beberapa hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi efektivitas strategi PR yang telah diterapkan, serta menemukan solusi untuk mengatasi tantangan yang ada. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi Public Relations dapat meningkatkan kualitas siaran pada LPP RRI Cabang Madya-Denpasar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang dapat membantu RRI dalam mengembangkan strategi PR yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan pada penelitian ini yang akan dikaji, yakni: 1. Bagaimanakah strategi Public Relations dalam meningkatkan kualitas siaran pada LPP RRI Cabang Madya-Denpasar?, 2. Apakah kendala yang ditemui Public Relations dalam meningkatkan kualitas siaran pada LPP RRI Cabang Madya-Denpasar?. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis

strategi public relations yang diterapkan oleh RRI Cabang Madya-Denpasar dalam meningkatkan kualitas siaran serta dapat mengetahui kendala apa yang dihadapi oleh public relations dalam meningkatkan kualitas siaran pada RRI cabang madya - Denpasar. Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis berupa kontribusi bagi literatur akademis tentang peran Public Relations dalam media penyiaran, serta memberikan wawasan praktis bagi praktisi Public Relations di industri media. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengembangan strategi public relations di LPP RRI cabang madya Denpasar dan media penyiaran lainnya di Indonesia.

Strategi diambil dari bahasa Yunani "strategos" yang berarti jenderal. Hal ini mengacu pada konteks awal strategi sebagai suatu seni untuk merencanakan dan melaksanakan taktik tertentu seperti yang biasa dilakukan oleh seorang jenderal dalam peperangan. Strategi merupakan perencanaan terhadap segala bentuk tindakan yang akan dilaksanakan dengan lancar demi menggapai tujuan institusi. Menurut Arifin (2020), Strategi merupakan kelesuruhan keputusan tentang pengambilan tindakan yang dijalankan sekarang sesuai situasi dan kondisi menuju sasaran dan tujuan yang ditetapkan. Secara sederhana, strategi merupakan rencana keseluruhan organisasi yang menentukan bagaimana organisasi tersebut memutuskan apa yang hendak dicapai dan bagaimana cara untuk mencapainya.

Menurut Public Relations Association (IPRA) dikutip dari Ropingi El Ishaq (2017), Public Relations merupakan seluruh usaha yang dilakukan dengan cara terencana dan berkelanjutan untuk menghasilkan pengertian yang baik antara organisasi dengan publiknya. Dengan begitu, Public Relations adalah upaya terencana yang dilakukan terus-menerus agar dapat menciptakan nilai baik dan saling pengertian antara organisasi dan publiknya. Bagi Frank Jefkins dalam Ropingi El Ishaq (2017), Public Relations merupakan suatu aktivitas komunikasi yang terencana, baik ke dalam ataupun keluar organisasi dengan publiknya untuk menggapai tujuan yang khusus agar terjadi saling pengertian. Public Relations menyangkut seluruh proses komunikasi pada suatu organisasi dengan pemograman yang nyata demi menggapai tujuan yang khusus, yaitu membangun citra perusahaan atau organisasi kepada masyarakat. Public Relations merupakan sebuah fungsi manajemen yang terstruktur dan terencana agar dapat memperoleh sikap pengertian dan saling percaya antara organisasi dengan publiknya sebagai upaya untuk mewujudkan hubungan yang harmonis dan memberikan kesan yang menyenangkan sehingga akan timbul citra positif bagi suatu lembaga atau organisasi tersebut.

Strategi public relations merupakan sebuah rancangan menyeluruh terhadap program ataupun kampanye dengan menganalisis dan meneliti persoalan-persoalan yang muncul sehingga dapat membangun program-program taktis untuk kemajuan sebuah organisasi demi mencapai tujuan yang diinginkan. LPP RRI Cabang Madya-Denpasar merupakan bagian dari Radio Republik Indonesia yang beroperasi di Bali. Sebagai media penyiaran yang melayani masyarakat Bali, RRI Denpasar memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang akurat dan relevan, serta mencerminkan nilai-nilai budaya lokal. Menurut Harsono (2015), RRI Denpasar berperan penting dalam menjaga dan mempromosikan budaya Bali melalui program-program siarannya. Dalam konteks media penyiaran, PR memainkan peran strategis dalam membentuk citra media, membangun hubungan dengan audiens, dan meningkatkan keterlibatan publik. Menurut Wilcox et al. (2014), PR di media penyiaran bertujuan untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas melalui penyampaian informasi yang akurat dan berimbang, serta melalui program-program yang menarik dan relevan bagi audiens.

## METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini dirancang dengan menggunakan desain penelitian deskriptif Kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan, yaitu: 1) Data primer, yakni data-data berupa pernyataan deskriptif yang didapatkan dari para narasumber, 2) Data sekunder, berupa sumber data tertulis dan dokumentasi yang digunakan untuk memperkuat analisis data penelitian. Informan kunci pada penelitian ini ialah Bapak. Sujaedi, S, Sos yang merupakan koordinator bidang LPU Pranata Humas Ahli Madya. Data yang telah didapat kemudian dianalisis dengan proses memilih, memilah dan mengorganisasikan data yang terkumpul dari catatan wawancara mendalam dan dokumentasi, sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam, bermakna, unik dan temuan baru yang bersifat deskriptif,

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis deskriptif yaitu metode penalaran dengan mendeskripsikan data-data dalam bentuk keterangan atau penjelasan secara naratif. Langkah-langkah penulis dalam menganalisa data yang diperoleh adalah melalui tahapan pengumpulan data, penyajian data secara sistematis, pembahasan, dan kesimpulan. Pengumpulan data sebagai bahan untuk kajian dalam sebuah pembahasan permasalahan. Penyajian data secara sistematis untuk memberikan gambaran yang konkrit tentang keadaan objek penelitian. Pembahasan dilakukan berdasarkan teori-teori dan kajian dari sumber-sumber yang bias dipertanggungjawabkan untuk mencapai suatu kesimpulan tentang apa yang menjadi pokok bahasan. Dan yang terakhir, kesimpulan diambil setelah mendapatkan gambaran lengkap dari objek penelitian sebagai hasil akhir dari penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Pada LPP RRI Cabang Madya-Denpasar**

Keberadaan LPP RRI cabang madya-Denpasar tidak terlepas dari adanya persaingan dengan radio-radio swasta yang lain. Salah satu kompetitor LPP RRI Cabang Madya-Denpasar pada saat ini adalah hadirnya radio Phoenix yang memiliki banyak pendengar dari kalangan anak muda dan memiliki peralatan pendukung yang cukup maju sehingga untuk kedepannya LPP RRI cabang madya-Denpasar perlu meningkatkan kualitas dan mengatur strategi yang baik. Menurut Ahmad S.Adnanputra, MA, MS, pakar humas, mengatakan bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan merupakan produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen. Strategi manajemen sering disebut pula dengan rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan. Suatu rencana strategis perusahaan menetapkan garis – garis besar tindakan strategis yang akan diambil dalam kurun waktu tertentu ke depan (Soemirat&Ardianto, 2003 : 90).

Persaingan yang ada saat ini bukan merupakan suatu hal yang harus ditakuti atau dihindari, justru LPP RRI cabang madya-Denpasar harus memandang positif dan persaingan memang suatu hal yang pasti akan ada. Persaingan tidak hanya muncul di dunia pelayanan jasa saja, tetapi pada bidang lain juga. Adanya persaingan juga tak dapat dipungkiri merupakan pengaruh dari makin majunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadikan arus informasi dan kebutuhan manusia juga semakin meningkat. Untuk menghadapi persaingan tersebut, *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar melakukan strategi khusus yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas siaran kepada para pendengarnya. Strategi *Public Relations* yang dijalankan

meliputi strategi internal dan eksternal perusahaan, *costumer relations*, upaya menjaga loyalitas, *media relations*, dan penanganan masalah dan komplain. Dengan strategi ini LPP RRI cabang madya-Denpasar dapat mengetahui kemampuan yang dimiliki oleh SDM yang sudah ada, apa saja yang perlu ditingkatkan serta diperbaiki, mengatasi segala masalah yang ada dengan cepat dan mengevaluasi kembali yang telah dilakukan apakah ada kekurangan dan bagaimana LPP RRI cabang madya-Denpasar dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak luar dengan memberikan informasi dan kebijakan LPP RRI cabang madya-Denpasar.

### 1. Strategi Internal *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar.

Dalam menghadapi sengitnya persaingan, *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar melaksanakan strategi internal yang menitikberatkan pada usaha untuk meningkatkan kualitas siarannya. Hal ini merupakan hal yang harus dilakukan oleh segenap karyawan LPP RRI cabang madya-Denpasar yang bertitik pusat untuk meningkatkan kepuasan pendengar.

#### a. Melalui Peningkatan SDM

Dalam menjalankan strategi untuk menghadapi persaingan diperlukan SDM yang berkualitas dan dapat menjalankan fungsi serta tanggung jawabnya dengan baik, oleh karena itu diperlukan training yang merupakan pengenalan tentang pekerjaan karyawan. Kemudian pula ditetapkan persyaratan-persyaratan dan spesifikasi teknis pekerjaan yang ditentukan secara jelas, teratur, tertib dan rinci dalam organisasi. Sehingga ketika dalam menjalankan fungsinya diharapkan tidak terjadi kekacauan atau tumpang tindih antara tugas pekerjaan yang satu dengan yang lainnya, karena setiap karyawan sudah ditentukan atau akan mengetahui tentang “apa, mengapa, dan bagaimana” dalam menjalankan pekerjaannya sesuai dengan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing (Ruslan, 2003:256).

#### b. Memberikan Pelayanan informasi yang berkualitas

LPP RRI cabang madya-Denpasar berusaha untuk selalu memberikan informasi yang terbaik kepada pendengarnya. *Service Of Exelence* adalah berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pihak pelanggannya (konsumen), sedangkan konsumen tersebut merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar. (Ruslan, 2002:284–285). Dengan memberikan informasi yang berkualitas dan aktual maka akan berpengaruh kepada hubungan dan kepuasan pendengar yang bergantung pada nilai siaran yang diberikan oleh seorang produsen kepada konsumen dan tanggung jawab serta integritas sosial produsen. Dalam hal ini LPP RRI cabang madya-Denpasar berusaha mendapatkan berita yang *up to date* dengan menyebarkan seluruh wartawan dan koresponden untuk menjangkau daerah-daerah pelosok.

#### c. Peningkatan dan Penambahan Siaran Interaktif

Dari data yang dimiliki oleh LPP RRI cabang madya-Denpasar acara yang paling diminati oleh pendengar adalah siaran interaktif, LPP RRI cabang madya-Denpasar sendiri merasa perlu untuk menambah acara siaran dengan merancang acara interaktif baru yang dibutuhkan dan dapat bermanfaat banyak bagi para pendengarnya.

#### d. Memberikan *Reward* Kepada Karyawan Yang Berprestasi

Pemberian *reward* yang diberikan kepada karyawan LPP RRI cabang madya-Denpasar dapat memberikan motivasi yakni kegiatan membangkitkan motif tertentu untuk melakukan sesuatu yakni menimbulkan motivasi agar karyawan mempunyai semangat dan etos kerja yang lebih baik lagi terhadap LPP RRI Cabang Madya-Denpasar

dan mendorong rekan-rekan kerjanya untuk meniru atau berbuat seperti pegawai tersebut. Pemberian reward kepada karyawan merupakan salah satu bentuk employee relations yang merupakan landasan dimana itikat baik, gairah kerja, kerja sama, dan motivasi (Effendy, 2006:108).

e. Menyelesaikan Masalah Yang Terjadi di Dalam LPP RRI cabang madya-Denpasar Dengan Cepat dan Tepat

*Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar harus dapat menyelesaikan masalah yang terjadi di dalam perusahaan, sehingga karyawan dapat merasakan kenyamanan pada saat bekerja menjalankan tugasnya. Masalah yang terjadi harus segera diselesaikan agar masalah tidak menyebar kemana-mana, sehingga tidak mengganggu kinerja dan produktifitas karyawan terhadap perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini dilakukan *preventive Public Relations*, yakni usaha untuk mengantisipasinya, melakukan perencanaan menangani krisis dengan membuat rencana aksi yang dapat dilakukan dalam waktu cepat dan efektif. (Soemirat dan Ardianto, 2002:181).

f. Evaluasi

Strategi internal terakhir yang dilakukan oleh *Public Relations* adalah melakukan evaluasi terhadap semua strategi yang telah dilakukan sebelumnya. Evaluasi merupakan penilaian apakah strategi yang dilakukan telah sesuai dengan rencana yang telah digariskan, apakah segala sesuatunya dilakukan sesuai dengan instruksi serta pedoman yang diberikan, adakah kesulitan dan kelemahan yang terjadi dalam mengerjakan program itu, dan yang terakhir adalah adakah efisiensi yang dilakukan dalam strategi tersebut. (Suhandang, 2004:158).

Strategi internal *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar mengungkapkan berbagai upaya komprehensif yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas siaran dan kepuasan pendengar. Pendekatan utama yang diambil adalah melalui peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan pelatihan yang terstruktur dan spesifikasi pekerjaan yang jelas untuk menghindari tumpang tindih tugas dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, LPP RRI cabang madya-Denpasar berkomitmen untuk selalu memberikan informasi yang berkualitas dan aktual dengan menyebarkan wartawan ke daerah-daerah pelosok, yang menunjukkan dedikasi dalam menyediakan berita yang relevan dan terkini, sehingga meningkatkan daya tarik siaran mereka dibandingkan dengan pesaing. Menyadari tingginya minat pendengar terhadap siaran interaktif, LPP RRI cabang madya-Denpasar juga menambah acara interaktif yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi pendengar, menunjukkan adaptabilitas stasiun dalam memenuhi kebutuhan audiens. Pemberian *reward* kepada karyawan yang berprestasi adalah langkah motivasional yang dapat meningkatkan semangat kerja dan menciptakan budaya kerja yang positif dan kompetitif. Dalam hal penanganan masalah internal, pendekatan *preventive Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan proaktif dalam mengatasi krisis dengan cepat dan efektif, menjaga produktivitas karyawan dan operasional perusahaan tetap optimal. Evaluasi yang dilakukan terhadap semua strategi yang telah diterapkan menunjukkan komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan, membantu mengidentifikasi kesalahan dan area yang perlu ditingkatkan, serta memastikan kesesuaian strategi dengan tujuan yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, strategi internal yang dijalankan oleh *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar mencerminkan pendekatan yang komprehensif dan berorientasi pada peningkatan kualitas siaran serta kepuasan pendengar, memberikan LPP RRI cabang madya-Denpasar peluang besar untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan

posisinya sebagai stasiun radio yang kredibel dan terpercaya.

## 2. Strategi Eksternal *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar

Dalam Meningkatkan Kualitas Siaran bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik di luar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. (Suhandang, 2004:30). Strategi eksternal *Public Relations* cenderung kepada usaha yang dilakukan publisitas melalui berbagai media dan stakeholder eksternal. Media digunakan sebagai alat yang dapat menjangkau atau meng-*coverage* masyarakat luas. Sedangkan *stakeholder* eksternal itu sendiri merupakan target sasaran pesan dan promosi yang dilakukan. Strategi Eksternal *Public Relations* LPP RRI Cabang Madya-Denpasar yang dilakukan antara lain:

### a. GR ( Guest Relations )

*Guest Relations* adalah kegiatan yang dilakukan *Public Relations* dalam upaya menjaga hubungan baik kepada para costumer. GR berhubungan dengan etika dan bagaimana cara untuk memberikan pelayanan dan keramahan kepada pelanggan. Pentingnya pemahaman etika bagi pejabat humas karena menyangkut citra penampilan (*profile*) dalam rangka menciptakan dan membina citra (*image*) organisasi yang diwakilinya. (Soemirat dan Ardianto, 2002:171)

### b. Meningkatkan dan Menjalin Relationship Yang Baik Kepada Pihak Eksternal LPP RRI cabang madya-Denpasar

Keberhasilan dalam membina komunikasi eksternal ini, juga sekaligus merupakan keberhasilan pihak pejabat Humas/PR dalam upaya memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi dan kerjasama lainnya dengan pihak publiknya. (Ruslan, 2002 : 91).

### c. Memberikan Info Kepada Masyarakat Tentang Kebijakan Perusahaan

Memberikan info kepada masyarakat tentang kebijakan perusahaan dilakukan dengan *press relations* dimana kegiatan tersebut merupakan suatu kegiatan khusus dari *Public Relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktifitas bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk, dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif (Ruslan,2002:172).

Strategi eksternal *Public Relations* (PR) LPP RRI cabang madya-Denpasar menunjukkan bahwa organisasi ini berupaya meningkatkan kualitas siaran dan hubungan dengan publik. Melalui *Guest Relations*, LPP RRI menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan mengedepankan etika dan keramahan, yang penting untuk membangun citra positif. LPP RRI cabang madya-Denpasar juga fokus pada menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan dari publik. Strategi lain adalah memberikan informasi kebijakan perusahaan melalui *press relations*, menunjukkan pentingnya transparansi dan komunikasi terbuka dengan masyarakat. Kerjasama dengan media massa memastikan informasi yang akurat dan positif tentang perusahaan dapat menjangkau *audiens* luas. Secara keseluruhan, strategi eksternal PR LPP RRI mencerminkan pendekatan terencana dalam menghadapi tantangan komunikasi eksternal, memperkuat hubungan dengan pelanggan, stakeholder, dan media, serta meningkatkan citra dan kepercayaan publik..

## Kendala *Public Relations* Dalam Meningkatkan Kualitas Siaran Pada LPP RRI

## Cabang Madya-Denpasar

Menghadapi berbagai kendala merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari dalam upaya meningkatkan kualitas siaran di LPP RRI Cabang Madya-Denpasar melalui strategi *Public Relations* (PR). Salah satu kendala utama adalah keterbatasan anggaran. Anggaran yang terbatas bisa sangat menghambat implementasi strategi PR yang efektif, mengingat bahwa dana yang memadai diperlukan untuk melakukan pelatihan staf, peningkatan peralatan, dan kampanye promosi yang diperlukan. Solusi untuk mengatasi masalah ini dapat mencakup mencari alternatif pendanaan melalui sponsorship, kolaborasi dengan pihak swasta, serta pengajuan dana dari pemerintah atau lembaga donor. Selain itu, kurangnya sumber daya manusia yang terampil dalam bidang PR dan teknis juga menjadi hambatan signifikan. Tanpa staf yang memiliki keterampilan yang memadai, pelaksanaan strategi yang direncanakan bisa terhambat. Mengatasi hal ini memerlukan pelatihan intensif dan berkelanjutan bagi staf, serta perekrutan tenaga ahli jika diperlukan.

Resistensi terhadap perubahan merupakan kendala lain yang kerap dihadapi. Staf dan manajemen yang enggan menerima perubahan atau inovasi baru dapat menghambat implementasi strategi PR yang telah dirancang. Untuk mengatasi ini, perlu diadakan sesi komunikasi internal yang efektif untuk menjelaskan manfaat perubahan dan melibatkan semua pihak dalam proses pengambilan keputusan. Tantangan teknologi juga menjadi hambatan yang signifikan, terutama jika peralatan yang digunakan sudah usang atau tidak memadai. Solusi untuk masalah ini adalah mengupayakan pembaruan peralatan secara bertahap dan mencari solusi teknologi yang lebih efisien dan sesuai dengan anggaran yang tersedia.

Persaingan dengan media lain, terutama media digital, juga menjadi kendala besar dalam menarik dan mempertahankan pendengar. Untuk mengatasi ini, RRI perlu mengadopsi strategi multiplatform dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Kesulitan dalam mengukur efektivitas strategi PR juga seringkali menjadi tantangan, terutama jika tidak ada sistem evaluasi yang baik. Oleh karena itu, mengembangkan alat evaluasi yang efektif seperti survei pendengar, analisis data audiens, dan indikator kinerja utama yang jelas sangat penting.

Kurangnya dukungan manajemen juga bisa menghambat upaya tim PR dalam melaksanakan strategi yang direncanakan. Oleh karena itu, membangun komunikasi yang baik dengan manajemen dan menunjukkan potensi keuntungan serta dampak positif dari strategi PR yang diusulkan sangatlah penting. Selain itu, perubahan dalam kondisi sosial dan ekonomi, seperti krisis ekonomi atau perubahan kebijakan pemerintah, dapat mempengaruhi anggaran dan prioritas program. Untuk menghadapi hal ini, diperlukan rencana cadangan yang fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan situasi. Dengan mengidentifikasi dan menghadapi kendala-kendala ini secara proaktif, LPP RRI Cabang Madya-Denpasar dapat lebih efektif dalam menerapkan strategi PR untuk meningkatkan kualitas siarannya. Hal ini memerlukan komitmen yang kuat dari seluruh tim, adaptasi yang berkelanjutan, dan inovasi dalam pendekatan mereka terhadap peningkatan kualitas siaran.

Dalam menjalankan strateginya *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar juga sering mengalami hambatan dan masalah. Untuk menanggapi masalah-masalah tersebut, *Public Relations* LPP RRI Cabang Madya-Denpasar menggunakan beberapa tahapan untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu dengan tahapan antara lain *fact finding* (mencari penyebabnya), *planning* (perencanaan), *action and communication*



(melakukan tindakan), evaluasi (mengukur keberhasilan).

a. Fact Finding

Pada tahap ini Marketing PR mencari tahu penyebab masalah tersebut terjadi, mengapa, bagaimana dan fakta pendukung atau data apa saja yang menimbulkan munculnya komplain yang dapat menjadi masalah yang harus diperhatikan penanganannya ke depannya.

b. Planning

Tahap selanjutnya setelah dilakukan identifikasi masalah yang terjadi adalah dilakukan perencanaan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Memang tidak mudah untuk menyusun jalan keluar terhadap permasalahan yang terjadi maupun hal lain yang mencakup strategi sebagai upaya LPP RRI Cabang Madya-Denpasar dalam menghadapi persaingan yang marak akhir-akhir ini, sehingga langkah-langkah apa saja yang direncanakan memerlukan pertimbangan yang matang dan tidak merugikan kedua belah pihak, baik dari sisi pelanggan maupun dari LPP RRI Cabang Madya-Denpasar itu sendiri.

c. Actions and Communications

*Actions and Communication* adalah tahap selanjutnya setelah perencanaan yang dilakukan dalam rangkaian kegiatan komunikasi dalam usaha penyelesaian masalah yang terjadi maupun hal lain yang dihadapi LPP RRI Cabang Madya-Denpasar, misalnya strategi untuk menghadapi persaingan Rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasar fakta yang ditemukan, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasionalnya.

d. Evaluasi

Setelah ketiga tahapan tersebut dilalui, maka langkah terakhir adalah melakukan evaluasi. Evaluasi adalah tahapan dimana hasil fact finding, perencanaan, dan pelaksanaan strategi komunikasi dapat dilihat hasilnya. Melalui evaluasi dapat dilihat berhasil tidaknya strategi yang dilakukan dalam menghadapi masalah yang terjadi maupun dalam melakukan strategi menyangkut hal yang lainnya. Evaluasi sebagai alat pengukur keberhasilan dari perencanaan yang telah dilaksanakan.

Strategi *Public Relations* LPP RRI cabang madya-Denpasar dalam menjalankan strateginya tidak terlepas dengan adanya hambatan dan masalah. Untuk menangani masalah tersebut, *Public Relations* LPP RRI menerapkan tahapan yang sistematis, dimulai dari *fact finding* (mencari penyebab masalah) untuk mengidentifikasi fakta dan data pendukung yang menimbulkan komplain. Tahap selanjutnya adalah *planning* (perencanaan), di mana mereka menyusun rencana penyelesaian masalah dengan mempertimbangkan kepentingan pelanggan dan perusahaan. Kemudian, tahap *actions and communication* (tindakan dan komunikasi) melibatkan pelaksanaan rencana yang telah disusun dan komunikasi efektif untuk mengatasi masalah dan menghadapi persaingan. Tahap terakhir adalah evaluasi, di mana mereka menilai keberhasilan strategi yang telah dilakukan, sehingga dapat mengetahui efektivitas penyelesaian masalah dan strategi lainnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa LPP RRI cabang madya-Denpasar berupaya untuk menangani masalah secara menyeluruh dan terstruktur, dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan dan hubungan dengan public

## SIMPULAN

Dalam meningkatkan kualitas siaran di LPP RRI Cabang Madya-Denpasar perlu dilakukan adaptasi terhadap dinamika persaingan di industri penyiaran, khususnya dengan banyaknya radio swasta yang mulai dapat menarik perhatian banyak pendengar,

terutama kalangan anak muda. Dalam menghadapi tantangan ini, implementasi strategi *Public Relations* menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas siaran. Strategi internal yang melibatkan peningkatan SDM, pelayanan informasi berkualitas, siaran interaktif, dan penanganan masalah internal menjadi fondasi dalam upaya meningkatkan kepuasan pendengar dan memperkuat citra positif perusahaan. Di sisi lain, strategi eksternal yang fokus pada menjaga hubungan dengan pendengar dan pihak eksternal serta memanfaatkan media sosial menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan audiens dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat. Dalam menjalankan strateginya, tentunya LPP RRI Cabang Madya-Denpasar akan menghadapi kendala seperti keterbatasan anggaran, resistensi terhadap perubahan, dan tantangan teknologi, maka LPP RRI Cabang Madya-Denpasar menggunakan pendekatan proaktif dalam menyelesaikan masalah dan meningkatkan kualitas siarannya. Dalam menanggapi kendala-kendala yang muncul, LPP RRI Cabang Madya-Denpasar menggunakan tahapan seperti *fact finding*, perencanaan, *action and communication*, dan evaluasi untuk menyelesaikan masalah dengan efektif. Dengan komitmen yang kuat dari seluruh tim dan adaptasi yang berkelanjutan, perusahaan dapat mengatasi hambatan tersebut dan terus berinovasi dalam pendekatan mereka terhadap peningkatan kualitas siaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Oktaviani Dewi, Maman Suherman. 2022. Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif RRI Bandung. Bandung Conference Series.
- Anwar Arifin Andipate. 2020. Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, dan Riset. Rajagrafindo Persada,
- Ardianto, Soleh Soemirat. 2002. Dasar-Dasar Public Relations. Cetakan pertama. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. 2014. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations. New Jersey: Pearson Education.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya.
- Harsono, D. 2015. Peran Radio Republik Indonesia dalam Melestarikan Budaya Lokal: Studi Kasus RRI Denpasar. Universitas Indonesia.
- Jenkins, H. 2006. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.
- Kustadi, Suhandang. 2004. Public Relations Perusahaan. Bandung: Nuansa.
- Morissan, M.A. 2010. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana.
- Ropingi El Ishaq 2017, Public Relations Teori dan Praktik. Malang: Intrans Publishing, 19-20.
- Ruslan, Rosady. 2002. Kiat dan Strategi Public Relations. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2012. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wilcox, Dennis L., Glen T. Cameron, Bryan H. Reber, dan Jae-Hwa Shin. 2013. Public Relations: Strategies and Tactics. Boston: Pearson.