

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa (Morissan, 2008:13).

Dalam komunikasi massa, pesan dikirim dari sumber lembaga kepada khalayak yang bersifat massa melalui alat-alat mekanis, seperti televisi, radio, surat kabat atau film. Adapun ciri-ciri komunikasi massa:

1. Pesan bersifat terbuka
2. Penerima adalah khalayak yang variatif
3. Pengirim dan penerima dihubungkan oleh saluran yang diproses secara mekanik
4. Berlangsung satu arah dan kecepatan umpan balik tergantung pada teknologi
5. Penyebaran melalui media massa berlangsung cepat, serempak dan luas

6. Biaya produksi cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga yang relatif lebih banyak.
7. Komunikasi massa berfungsi menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan (Dewi, 2007:13).

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media elektronik yang memenuhi kriteria media massa salah satunya adalah radio (Ardianto, 2009 : 103).

Peran media massa memberikan dampak yang besar terhadap masyarakat, sehingga menyebabkan media massa menjadi perhatian penting masyarakat. Bahkan sejak kemunculannya pertama kali, media massa telah menjadi objek perhatian, media massa juga telah menjadi objek penelitian hingga menghasilkan berbagai teori komunikasi massa. Dalam bidang politik, penentuan sikap tindak demokratis suatu organisasi ataupun individu sudah semakin tergantung pada media massa. Keputusan atau pembahasan atas berbagai isu sosial penting saat ini sudah harus memperhitungkan peranan media massa, baik itu untuk tujuan baik atau sebaliknya, beserta dampaknya (Morisan dkk, 2010:1-2).

Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, pasal 1(2) penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran atau sarana transmisi didarat, dilaut, atau diantariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Pasal 13(1) jasa penyiaran terdiri atas : jasa penyiaran radio; dan jasa penyiaran televisi. Pasal 1(3) penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Syamsul, 2009:87).

Perkembangan media elektronik seperti radio saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini, ditandai dengan munculnya stasiun-stasiun radio swasta diberbagai daerah. Dan ini menunjukkan betapa besarnya keinginan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan berita atau informasi, siaran pendidikan, kebudayaan, hiburan, dan bahkan iklan layanan masyarakat untuk menambah wawasan mereka. Munculnya radio siaran merupakan bukti adanya pengembangan tentang elektronika modern ini. Radio siaran, lahir lewat penyelidikan-penyelidikan para ilmuwan yang dengan gigih mengembangkan teori tentang gelombang elektromagnetik, melalui berbagai eksperimen yang kemudian merupakan prinsip kerja dari suatu pesawat radio (Djuroto, 2007:31).

Radio adalah salah satu media massa yang memiliki daya tarik yang kuat dalam penyampaian pesan yang dibutuhkan masyarakat dalam mendapatkan berita atau informasi, pendidikan sekaligus menghibur, yang bisa didengar secara gratis oleh masyarakat dari subuh sampai malam. Bahkan radio merupakan media massa yang mudah dan murah, dengan biaya yang cukup murah kita sudah bisa mendapatkan informasi, pendidikan dan hiburan. Radio bisa menjadi teman siapa saja, dimana saja, dan kapan saja serta apapun yang sedang dilakukan. Didalam ruangan, diluar ruangan, bahkan ditempat kerja sekalipun, baik di pagi, siang, maupun malam hari. Suara radio bisa menemani tanpa mengganggu aktivitas sehari-hari.

Mengelola bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program, dan pemasaran (Morissan, 2008:125).

Ketatnya persaingan antara berbagai stasiun radio yang ada di Pekanbaru membuat masing-masing stasiun radio tersebut termotivasi untuk melakukan perubahan-perubahan ke arah kemajuan, serta terus memperbaiki diri guna mempertahankan bahkan meningkatkan eksistensi dirinya disegala program acaranya (Askurifa'I, 2006:31).

PT Radio Gemaria Poespa Sri Indrapura atau yang lebih dikenal sebagai Radio Gress FM yang merupakan salah satu stasiun radio swasta yang ada di Pekanbaru yang berada pada Frekuensi 105,8 FM. Untuk segmetasi audien atau pendengar Radio Gress adalah remaja atau kalangan muda. Lokasi Radio Gress berada di jalan Punai No 8 Sukajadi Pekanbaru. Radio Gress memiliki *Call Station "More Than Just Music"*. Pendengar dari Radio Gress 105,8 FM ini disapa dengan menggunakan nama "*Sobat Sebaya*". Radio Gress 105,8 FM ini mempunyai 3 *kompetitor* yang sangat berat untuk segmen radio remaja atau kalangan muda di Pekanbaru yaitu Radio CBS 101 FM dan Radio Persada 92,4 FM. Radio Gress 105,8 FM didirikan tanggal 1 April 1997. Ditahun 2014 ini, Radio Gress berusia 17 Tahun.

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Pada pagi hari, banyak orang yang dibangunkan dari tidur oleh alarm jam, banyak juga yang kemudian langsung menghidupkan televisi, menyalakan *handphone* atau komputer untuk memeriksa *email* atau melihat pesan di *facebook*. Manusia menggunakan teknologi ketika bekerja sepanjang hari dan bahkan menjelang tidur. Kita sadar atau tidak sadar, menjadi tergantung kepada teknologi (Morissan dkk, 2010:30).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mendukung percepatan penyampaian pesan kepada khalayak. Dapat dikatakan pesan yang dikirim melalui transmisi radio atau pemancaran hanya beberapa detik saja langsung diterima oleh pendengar atau pemirsa yang dikenal dengan istilah audiensi, meskipun jarak antara sumber pengirim dan audiensi relatif sangat jauh(Hidajanto dan Andi, 2011:67).

Dengan perkembangan teknologi inilah PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) yang sudah berdiri sejak tahun 1987 dengan alamat di jalan Soekarno-Hatta bekerja sama dengan dengan Radio Gress 105,8 FM melakukan promosi *event outdoor* dengan menggunakan *OB-van stage mobile* yang sudah dimiliki oleh Radio Gress sejak tahun 2006, dengan BM 7997 AN, *event* diadakan dari tanggal 22 Desember 2013-22 Februari 2014. *OB-van(Outside Broadcast-van)* adalah sebuah mobil yang digunakan untuk siaran di luar studio. Di dalam *van* ini di-*install* segala peralatan produksi seperti halnya satu stasiun penyiaran, hanya saja tanpa unit pemancar (versi standar *OB-van*)(Hidajanto dan Andi, 2011:243).

Sedangkan *stage mobile* merupakan sebuah kendaraan yang digunakan untuk *event* dan didalamnya terdapat sebuah panggung. Sehingga *OB-van(Outside Broadcast-van) stage mobile* merupakan kendaraan yang digunakan untuk siaran di luar studio (*outdoor*) yang sering digunakan sebagai sarana untuk membantu sebuah *event*, untuk *OB-van (Outside Broadcast-van) stage mobile*

Radio Gress 105,8 FM yang dilengkapi dengan alat siar, alat produksi, panggung dan *sound system* serta alat band.

Di Pekanbaru, OB-van(*Outside Broadcast-van*) ini tidak dimiliki oleh semua stasiun radio yang ada di Pekanbaru. Radio yang memiliki OB-van(*Outside Broadcast-van*) adalah RRI milik pemerintah, dan dimiliki oleh radio swasta seperti Radio Aditya, Radio RBT dan Radio Gress. Untuk itulah Radio Gress 105,8 FM hadir di tengah masyarakat dengan melakukan proses produksi produksi diluar studio (*outdoor*) dengan cara berpartisipasi langsung dalam setiap *event* dan menyelenggarakan sebuah *event* dengan menggunakan *Outside Broadcast –van(OB-van)*. OB-van(*Outside Broadcast –van*) yang dimiliki Radio Gress berbeda dengan media penyiaran yang ada di Pekanbaru, karena memiliki panggung untuk pelaksanaan siaran diluar studio, maka dari itu dinamakan dengan *stage mobile*. Karena mengingat Radio Gress merupakan radio yang segmentasinya remaja atau kalangan muda OB-van(*Outside Broadcast –van*) *stage mobile* akan digunakan atau difungsikan jika akan melaksanakan *event* diluar studio atau diluar ruangan siaran. Selain itu jika diperlukan *perform band*, Radio Gress 105,8 FM juga memiliki band untuk *event*, yakni band Troya.

Sementara itu komunikasi merupakan kunci dalam terlaksananya suatu kegiatan yang bersifat promosi dalam melaksanakan *event* tertentu, yang berfungsi untuk mempromosikan atau memperkenalkan kepada khalayak ramai mengenai suatu produk dari suatu perusahaan tertentu untuk di promosikan kepada masyarakat. Untuk itulah diperlukan suatu promosi yang

bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat baik itu hanya sebagai penonton atau peserta dalam *event*.

Suatu produk betapapun bermanfaatnya akan tetapi jika tidak dikenal oleh masyarakat dan konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak akan dibeli konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk mempengaruhi para konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan dengan kegiatan promosi dan diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar, selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan mempertahankan ketenaran merek selama ini dan bahkan ditingkatkan (Assauri, 2009:264).

Tidak semua *event* yang di kelola oleh Radio Gress menggunakan OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile*. Ada beberapa jenis *event* yang di kelola oleh Radio Gress FM seperti:

1. *Event Promosi*, contohnya pengenalan produk terbaru atau lama dari suatu perusahaan.
2. *Event perusahaan*, contohnya HUT perusahaan dalam berbagai bentuk format acara baik itu didalam ruangan mauoun diluar ruangan.
3. *Event pendidikan*, contohnya seminar, *talkshow* dan *workshop*.
4. *Event seni*, contoh nya pagelaran seni musik, pegelaran seni tari, *fashion show*, lomba mewarnai, dll

5. *Event* publikasi contohnya konferensi pers bersama dengan musisi atau penyanyi dan artis *entertainment*.

Selain itu *event* yang menggunakan OB-van(*Outside Broadcast-van stage mobile*) oleh Radio Gress 105,8 FM ini biasanya lebih sering melakukan promosi *event* sejenis makanan dan juga minuman. *Event* yang menggunakan OB-van(*Outside Broadcast-van stage mobile*) biasanya dilakukan dalam sehari. Tapi untuk penelitian kali ini, penulis menemukan hal yang berbeda dari *event* sebelumnya. Untuk *event* kali ini, bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan PT Nusantara Marga Jaya (Konimex) bekerja sama dengan Radio Gress 105,8 FM mengadakan *event* inza dengan nama *event* nya Ajang Kreasi. *Event* ini diadakan agar masyarakat lebih dekat lagi dengan produk obat inza ini, mengingat mulai banyaknya produk obat-obatan di pasaran yang dikonsumsi masyarakat tanpa mengetahui lebih lanjut mengenai obat tersebut. Untuk itulah PT Nusantara Marga Jaya (Konimex) bekerja sama dengan Radio Gress FM untuk mengadakan *event* ini. Jadi, dengan adanya *event* ini, masyarakat diingatkan kembali dengan produk inza yang memang sudah ada sejak dulu.

Event tersebut membutuhkan ide-ide yang kreatif dalam melaksanakan *event* yang bersifat promosi tersebut, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat atau konsumen dapat tercapai dan keinginan dari klien pun dapat terpenuhi dengan baik, karena tujuan dari diadakannya *event* tersebut semuanya dapat terpenuhi dengan sangat baik dari diadakannya *event* tersebut. Ini terbukti dengan OB-van(*Outside Broadcast-van stage mobile*)

yang tadinya didominasi dengan warna kuning sesuai dengan lambang dan warna dari Radio Gress, dengan diadakan *event* ini, OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio Gress FM ditempel dengan siker inza. *event* ini menampilkan bakat-bakat yang dimiliki oleh para peserta sesuai dengan bakat masing-masing, misalnya, menyanyi, menari, dance, dan lain sebagainya. Dan *event* ini bisa diikuti oleh semua umur.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, penulis merasa tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut untuk dijadikan skripsi dengan judul :

“Efektivitas Penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van*)*Stage Mobile* Radio Gress 105,8FM Dalam *Event* Inza Ajang Kreasi Di Pekanbaru”.

B. Alasan Pemilihan Judul

Adapun alasan penulis memilih judul di atas adalah sebagai berikut :

1. Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin mengetahui bagaimana keefektivan OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *Event* inza Ajang Kreasi Di Pekanbaru, guna mengingatkan kembali masyarakat akan produk inza.
2. Menurut penulis, masalah ini sesuai dengan jurusan dan pendidikan penulis tekuni di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi jurusan Komunikasi (*Broadcasting*).

3. Masalah ini dapat menjadi kajian dan menambah pengetahuan bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Komunikasi (*Broadcasting*).
4. Lokasi penelitian mudah dijangkau.

C. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dan menghindari terjadinya kesalahpahaman data istilah-istilah penelitian ini, maka penulis merasa perlu adanya penegasan istilah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Efektivitas

Efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran dituju atau bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional (Mulyasa, 2002:82).

Adapun efektivitas yang akan diukur dalam penelitian ini adalah keefektivan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru guna mengingatkan kembali masyarakat akan produk inza.

2. OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile*

Penjelasan OB-van *stage mobile* terbagi atas dua kata, yaitu OB-van(*Outside Broadcast-van*) dan *stage mobile*. OB-van(*Outside Broadcast-van*) adalah sebuah mobil yang digunakan untuk siaran diluar studio. Di dalam *van* ini di-*install* segala peralatan produksi seperti halnya

satu stasiun penyiaran, hanya saja tanpa unit pemancar (versi standar OB-van) (Hidajanto & Andi, 2011:243).

Sedangkan *stage mobile* merupakan sebuah kendaraan yang digunakan untuk *event* dan didalamnya terdapat sebuah panggung. Sehingga OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile* merupakan kendaraan yang digunakan untuk siaran diluar studio (*outdoor*) untuk OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile* Radio Gress 105,8 FM sering digunakan sebagai sarana untuk membantu sebuah *event*, karena dilengkapi dengan alat siar, alat produksi, panggung dan *sound system* serta alat band

3. Radio Gress 105,8 FM

Dalam UU No. 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran Pasal 1 Ayat 3 telah dijelaskan bahwa penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Syamsul, 2009:87).

Radio Gress merupakan radio swasta yang berada pada Frekuensi 105,8 Mhz. Dengan kekuatan pemancar 5000 watts (3 CX 3000 Power Tube) dan dayajangkaunya 100 KM (Riau Daratan) (sumber: dokumentasi Radio Gress 105,8 FM).

4. *Event*

Event merupakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan kepada khalayak ramai mengenai produk yang baru atau lama yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, organisasi atau perorangan yang dilakukan dengan bekerja sama dengan media, atau tanpa media.

5. Inza

Inza merupakan obat flu untuk meringankan gejala flu seperti demam, sakit kepala, hidung tersumbat dan bersin-bersin. Tersedia dalam kemasan strip isi 4 tablet (<http://www.konimex.com/product/pharmaceutical/obatbebas/cough-cold-remedies/inza>).

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Dalam permasalahan ini penulis mengambil pokok permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Penghematan biaya dalam mempromosikan produk, melalui Radio Gress sebagai media dengan memanfaatkan penggunaan *OB-van (Outside Broadcast-van) stage mobile* dalam *event outdoor*.
- b. Faktor-faktor yang mendukung kesuksesan dalam *Event Inza Ajang Kreasi*.
- c. Lokasi atau tempat dilakukannya *event outdoor* berada ditempat keramaian.

d. waktu kegiatan *event* dapat ditekan seminimal mungkin dengan penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam mempromosikan produk inza.

2. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penelitian ini maka peneliti membuat batasan masalah hingga terarahnya penelitian ini, maka penulis membatasi masalah penelitian hanya pada masalah keefektivan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio Gress 105,8 FM Dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru.

3. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas penulis dapat merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

Bagaimana efektivitas penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio 105,8 Gress FM dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektivan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Bagi pihak pengelola radio, yakni Radio Gress FM, sebagai bahan masukan, motivasi dan intropeksi untuk terus meningkatkan dan mengembangkan stasiun radionya.
- b. Bagi pihak civitas akademik, yakni sebagai referensi, bahan pembelajaran, dan untuk menambah pengetahuan di bidang penyiaran (Broadcasting).
- c. Bagi PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) sebagai bahan masukan untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat atau konsumen yang membutuhkan obat, terutama produk obat Inza.
- d. Bagi Radio Gress FM, untuk lebih meningkatkan lagi kerja sama antar team dan ide-idenya lebih kreatif lagi dalam mengelola *event*.
- e. Bagi penulis sendiri, untuk menambah wawasan mengenai radio anak muda dalam mengadakan penelitian, sekaligus sebagai persyaratan untuk meraih gelar sarjana Strata 1 (SI) jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dianggap dapat menjadi rujukan penulis, antara lain:

Skripsi Baiq Diah Aprina Widyati dengan judul penelitian “Pengaruh Aktivitas Marketing *Public Relations* Terhadap Kepercayaan *Client* Untuk Beriklan (Studi Pada *Client Outdoor Broadcasting* Van Radio Elfara Malang)”, tahun 2008. Pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah, Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Aktivitas Marketing *Public Relations* Terhadap Kepercayaan *Client* Untuk Beriklan pada *Outdoor Broadcasting* Van (OB-van) radio Elfara Malang, dan jika ada seberapa besar pengaruh antara aktivitas Marketing *Public Relations* terhadap kepercayaan client untuk beriklan pada OB-van radio Elfara Malang.

Selanjutnya penelitian dari Abadani Ahda dengan judul penelitiannya “Manajemen Siaran melalui OB *Stage Mobile* oleh Radio Unisi 104,5 FM Yogyakarta” tahun 2008. Pada program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mempelajari dan mendeskripsikan proses manajemen mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan siaran yang dijalankan oleh Radio Unisi dalam pelaksanaan siaran keliling dengan menggunakan OB *Stage Mobile*. Dengan jenis penelitiannya Kualitatif deskriptif, dengan metode

pengumpulan data nya menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara.

Sedangkan penulis dalam penelitian ini mengambil judul Efektivitas Penggunaan *OB-van (Outside Broadcast-van)stage mobile* Radio Gress 105,8 FM Dalam *EventInzaAjang Kreasi* di Pekanbaru. Dengan tujuan diadakan penelitian ini untuk mengetahui sampai dimana efektivitas penggunaan *OB-van(Outside Broadcast-van) stage mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

Pada bagian ini akan disajikan kerangka teoritis dan konsep operasional, yang nantinya sebagai tolak ukur dalam penelitian. Kerangka teoritis memuat mengenai teori-teori dengan tujuan untuk memudahkan dalam menjawab pelaksanaan penelitian di lapangan agar lebih terarah penulisannya. Maka penulis merasa perlu untuk mengemukakan beberapa konsep atau teori yang berkaitan dengan judul yang penulis bahas

1. Kerangka Teoritis

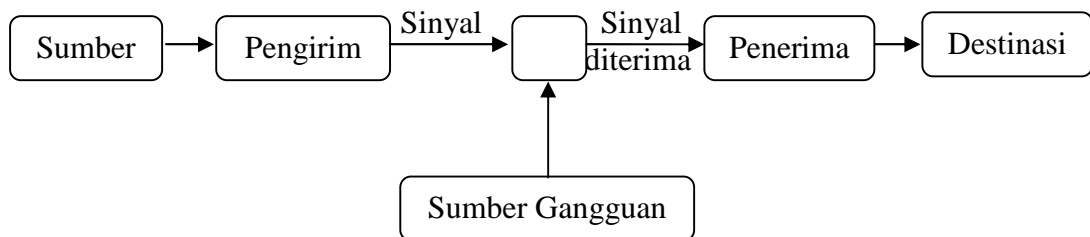
a. Efektivitas

Efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran dituju atau bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional (Mulyasa, 2002:82).

Menurut Made Pidarta, suatu pekerjaan dikatakan efektif, jika pekerjaan itu memberikan hasil yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan semula, dengan kata lain kalau pekerjaan itu sudah mampu merealisasi tujuan organisasi dalam aspek yang dikerjakan itu (Pidarta, 2004:19).

Penelitian mengenai efektivitas penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam *Event Inza Ajang Kreasi* ini, mengacu pada teori komunikasi matematis dari Shannon dan Weaver (1949; Weaver 1949b), sangat diterima secara luas sebagai salah satu dasar berkembangnya ilmu komunikasi. Teori ini adalah contoh yang jelas dari mazhab proses, yang memandang komunikasi sebagai transmisi pesan.

Gambar 1.Teori Komunikasi Matematis



Sumber: (Fiske, 2012: 10)

Shannon dan Weaver mengidentifikasi tiga tingkatan permasalahan didalam ilmu komunikasi. Permasalahan tersebut adalah:

Tingkat A

(Permasalahan Teknis): Seberapa akurat sebuah simbol dapat mentransmisikan komunikasi?

Tingkat B

(Permasalahan Semantik): Seberapa tepat symbol yang ditransmisikan menyampaikan makna yang diinginkan?

Tingkat C

(permasalahan efektivitas): Seberapa efektif makna yang diterima mempengaruhi perilaku seperti yang diinginkan? (Fiske, 2012: 10).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa efektivitas merupakan hasil akhir dari suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan melalui media cetak, media massa dan sebagainya. Hasil dari efektivitas ini dapat diketahui setelah banyaknya partisipasi masyarakat yang datang, dan tertarik untuk membeli produk inza, sehingga terjadinya peningkatan penjualan produk.

b. OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile*

OB-van(*Outside Broadcast-van*) adalah sebuah mobil yang digunakan untuk siaran diluar studio. Di dalam *van* ini di-*install* segala peralatan produksi seperti halnya satu stasiun penyiaran, hanya saja tanpa unit pemancar (versi standar OB-van) hanya saja tanpa unit pemancar (versi standar OB-van) (Hidajanto dan Andi, 2011:243).

Sesuai besar kecilnya program dan jenis program, maka dirancang beberapa ukuran OB-van, yaitu News-van, *small, medium, big OB-van*. Kelengkapan peralatan *up-link* satelit merupakan suatu kemungkinan yang ada untuk mengirimkan sinyal audio/video ke stasiun penyiaran sebagai alternatif hubungan *microwave* yang biasanya digunakan (Hidajanto dan Andi, 2011: 243).

1). News-Van

Karena sifat dari program *news* atau berita, yang salah satunya ialah '*kecepatan*', maka desain News-van harus memenuhi syarat mobilitas yang tinggi. Diantaranya mempunyai ukuran yang relatif kecil, ramping, karena hanya diawaki oleh satu *cameramen*, seorang reporter, dan satu *news director* bersama sopir. Untuk memberikan sifat '*kecepatan*' penanyangan materi *news*, maka News-van dilengkapi juga dengan peralatan *up-link* ke satelit (Hidajanto dan Andi, 2011:244).

Menurut Ivan Curvy, dalam (Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, 2007) mengatakan bahwa sifat dan karakteristik materi program *news* sebagai berikut:

- a). Respon terhadap satu peristiwa, yaitu hasil liputan peristiwa saat ini (*current event*) ataupun sedang terjadi (*ongoing*).
- b). Kecepatan penyajiannya, yaitu penayangan program *news* harus sesegera mungkin atau bahkan *Live*, karena masa program *news* dibatasi oleh waktu *daily deadline*.
- c). Untuk memenuhi sifat 'kecepatan' itu, maka materi *news* harus didukung oleh peralatan yang relatif canggih seperti peralatan *editing*, kamera (ENG, *electronic news gathering*) dan peralatan *up-link* (Hidajanto dan Andi, 2011 : 244).

Untuk *News-van* sendiri terbagi atas dua format yakni, Format *News-van*, *small News-van* dan SNG-*van* (*Satelit news gathering-van*). Perbedaan kedua bentuk *News-van* tersebut ialah jumlah *crew* lebih banyak, yaitu mengikutsertakan *crew* transmisi yang bertugas mengoperasikan peralatan SNG. Sementara pada *News-van small news-van*, peralatan *up-link* ditangani oleh kamerawan (*setting* awal saja) (Hidajanto dan Andi, 2011 : 245).

Dalam operasional *News-van*, siaran *live* biasanya merupakan reportase seorang reporter dilapangan dan kemudian diikuti oleh tayangan video yang diambil beberapa menit yang lalu oleh suatu kamera atau dua kamera dari dua tempat yang berbeda. Jenis kamera yang digunakan untuk reportase yaitu jenis kamera ENG yang menggunakan kabel camera, sedangkan yang dilapangan menggunakan jenis kamera ENG dengan VCR atau perekam kaset video yang merupakan peralatan elektronik yang bisa dipakai untuk merekam suara/audio dan gambar/video. Dengan VCR *built-in* dengan fasilitas seperti *zoom lens*, *view finder* (0,5-1,5 inci LCD), mikrofon jenis *condenser*, Filter ND ,maupun *filter color* yang memiliki kontrol *star*, *record*, dan *stop* VCR dilakukan oleh *cameraman* sendiri dengan tombol yang berada disamping *zoom lens*. Terdapat satu kelengkapan lagi pada kamera ENG, yaitu peralatan transmitter yang terpasang *on-board* (terpasang dibagian belakang kamera dan tersambung secara elektrik) yang memungkinkan hasil liputannya dikirim langsung ke *News-van (wireless)* (Hidajanto dan Andi, 2011 : 245-246).

Dibidang stasiun penyiaran radio, *news-van* juga menjadi jajaran liputan beritanya, yaitu unit *news-van* dari RRI Stasiun Cabang Utama Makassar dan Stasiun Cabang Madya Bandung, dengan dilengkapi sarana komunikasi ke stasiun penyiaran radio bersangkutan, yaitu sistem komunikasi VHF (*Very High Frequency* atau frekuensi sangat tinggi) dengan berkisar dari 30 MHz ke 300 MHz, dengan menggunakan antena Yagi yang di-*install* pada satu sistem tiang yang dapat dinaik turunkan dengan sistem motor, sehingga dapat menjulang pada ketinggian yang sesuai untuk mendapat jalur LOS (*line of sight*, satu garis lurus antara antena sisi transmitter dan sisi *receiver*-nya) yang memang diperlukan untuk berkomunikasi. Sistem komunikasi ini, disamping fungsi utamanya untuk mengirimkan program liputannya, juga untuk jalur koordinasi antara pengarah acara dilapangan dengan produser di stasiun yang bersangkutan (Hidajanto dan Andi, 2011 : 247)

2). *Small OB-Van*

Small OB-Van dan juga dari jenis medium dan *big OB-van*, dirancang untuk membuat paket produksi diluar studio produksi. Lokasi diluar studio dapat merupakan *indoor* maupun *outdoor*. Untuk *Small OB-van* yang pada dasarnya dirancang untuk paket produksi kecil, untuk peralatan standarnya seperti

audio-mixer yang merupakan komposisi peralatan *small*.

Dimensi *van* untuk *small OB-van* berkisar pada ukuran:

- a). Panjang : 5,5 meter
- b). Lebar : 2,2 meter
- c). Tinggi : 2,5 meter
- d). Berat : 7,5 ton (Hidajanto dan Andi, 2011: 248-249).

Jenis paket program yang diproduksi dengan menggunakan *small OB-van* diantaranya: program pariwisata (objek wisata, pusat kerajinan tradisional, lokasi beberapa jenis museum, pelayanan transportasi, wisata kuliner), program informasi layanan publik, bahkan cerita pendek yang berisi pesan moral (Hidajanto dan Andi, 2011: 249).

3). *Medium & Big OB-Van*

Perbedaan mendasar terhadap *small OB-van* ialah pada dimensi *OB-van medium* dan ukuran *big OB-van*. Begitu juga antara *medium* dan *big OB-van* sendiri. Masing-masing mempunyai ukuran *van* yakni:

Medium OB-van

- a). Panjang: 8,0 meter
- b). Lebar : 2,5 meter
- c). Tinggi : 3,8 meter
- d). Berat: 13,0 ton

Big OB-van

- a). Panjang:10,0 meter
- b). Lebar :2,5 meter
- c). Tinggi:3,7 meter
- d). Berat:15,0 ton (Hidajanto dan Andi, 2011:251).

Fasilitas standar peralatan juga pada umumnya sama dengan *small OB-van*, tetapi mempunyai spesifikasi yang berbeda, seperti kamera misalnya, merupakan dari jenis studio pada *OB-van medium* dan besar ini. Begitu juga dengan jumlahnya yang sudah lebih dari dua set, yaitu sebanyak tiga sampai empat set. Jumlah unit perekam juga lebih banyak pada *OB-van medium big* ini. Sesuai dengan fasilitas yang ada, maka *medium OB-van* maupun *big OB-van* dirancang untuk liputan atau produksi program yang berskala besar. Diantara program tersebut misalnya adalah, siaran *live* konser musik, atau siaran *live* acara salah satu *music award*. Kedua jenis *OB-van* ini sering dioperasikan bersama-sama pada beberapa *event* ini (Hidajanto dan Andi, 2011: 251-252).

4). Jumbo OB-Van

Sama dengan dimensi *van* untuk *medium* dan *big* OB-van, maka dimensi jumbo OB-van dan fasilitas yang di-*install* di dalamnya akan menentukan bahwa satu OB-van adalah bertipe *jumbo*. Ukuran *van* untuk jumbo OB-van yakni:

Medium OB-van

- a). Panjang :11,0 meter
- b). Lebar: 2,5 meter
- c). Tinggi: 3,9 meter
- d). Berat : 26,0 ton (Hidajanto dan Andi, 2011: 255).

Dalam operasional, jumbo OB-van digunakan dalam liputan acara yang berskala besar seperti kompetisi liga sepak bola, acara kenegaraan seperti peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus 1945. *Setting* salah satu dua kamera biasanya menggunakan panggung (*stage*) untuk mendapatkan *angle* dari atas yang cukup. Unit kamera selebihnya dapat di-*setting* pada tempat yang berbeda (Hidajanto dan Andi, 2011: 256-257).

Sedangkan *stage mobile* merupakan sebuah kendaraan yang digunakan untuk *event* dan didalamnya terdapat sebuah panggung. Sehingga OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile* merupakan kendaraan yang digunakan untuk siaran diluar studio(*outdoor*). Untuk OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile* Radio Gress 105,8 FM sering digunakan sebagai sarana untuk membantu sebuah *event*, karena dilengkapi dengan alat siar, alat produksi, panggung dan *sound system* serta alat band.

Di Pekanbaru, OB-van(*Outside Broadcast-van*) ini tidak di miliki oleh semua stasiun radio yang ada di Pekanbaru. Radio yang memiliki OB-van(*Outside Broadcast-van*) adalah RRI milik pemerintah, dan di miliki oleh radio swasta seperti Radio Aditya, Radio RBT dan Radio Gress. Untuk itulah Radio Gress 105,8 FM hadir ditengah masyarakat dengan melakukan proses produksi diluar studio (*outdoor*) dengan cara berpartisipasi langsung dalam setiap *event* dan menyelenggarakan sebuah *event* dengan menggunakan *Outside Broadcast-van*(OB-van). OB-van (*Outside Broadcast-van*) yang dimiliki Radio Gress berbeda dengan media penyiaran yang ada di Pekanbaru, karena memiliki panggung untuk pelaksanaan siaran diluar studio, maka dari itu dinamakan dengan *stage mobile*. Karena mengingat Radio Gress merupakan radio yang segmentasinya kalangan

muda. OB-van (*Outside Broadcast –van*) *stage mobile* akan digunakan atau difungsikan jika akan melaksanakan *event* di luar ruangan atau diluar ruangan siaran, selain itu jika diperlukan *perform* band, Radio Gress 105,8 FM juga memiliki band untuk *event*, yakni band Troya.

Berdasarkan uraian diatas untuk OB-van (*Outside Broadcast –van*) *stage mobile* Radio Gress 105,8 FM sendiri termasuk kategori *Small* OB-Van. Karena OB-van (*Outside Broadcast–van*) *stage mobile* memiliki berat 4,7 ton, dengan panjang 6,4 meter dan lebar 2 meter, dan tinggi 2,8 meter dengan BM 7997 AN. *Small* OB-van dirancang untuk membuat paket produksi diluar studio produksi. Lokasi diluar studio dapat merupakan *indoor* maupun *outdoor*. (Hidajanto dan Andi, 2011: 248-249).

Gambar 2. Suasana *Car Free Day* event Inza menggunakan OB-van (*Outside Broadcast- van*) *stage mobile*



Sumber: (Dokumentasi penelitian 2014)

c. **Radio Siaran**

Kata “siaran” merupakan padanan dari *Broadcast* dalam bahasa Inggris. Undang-undang penyiaran memberikan pengertian siaran sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran (Morissan, 2008:32).

Menurut Totok Djuarto, radio mempunyai fungsi sebagai berikut:

- 1). Radio sebagai media penerangan (information)
- 2). Radio sebagai sarana pendidikan (education)
- 3). Radio sebagaintempat hiburan (entertainment)

Ketiga fungsi inilah yang menjadi pegangan bagi seorang produser siaran radio untuk berkreasi menggabungkan antara ilmu pengetahuan dan seni dalam suatu acara siaran yang apik dan enak di dengar (Djuarto, 2007: 107).

Radio dapat efektif untuk menciptakan mini drama yang lucu yang menarik perhatian pendengar. Ia juga dapat digunakan dipasar lokal untuk menjangkau orang-orang yang tidak membaca Koran. Itulah sebabnya mengapa koran lokal beriklan diradio (Moriarty, 2011: 315-316).

Radio juga merupakan salah satu media komunikasi massa yang dipandang sebagai *the fifth estate* (kekuatan kelima) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara (Romli, 2009: 17).

Dengan demikian, dijelaskan bahwasannya radio siaran yang merupakan media massa elektronik memiliki kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, yang tidak dimiliki oleh media lain.

Berdasarkan dokumentasi Gress 105,8 FM merupakan radio swasta yang berdiri 01 April 1997 dengan kekuatan pemancar 5000 watts (3 CX 3000 *Power Tube*) dan daya jangkauannya 100 Km (Riau Daratan). Memiliki komposisi program siaran Musik& Hiburan(75%), *News* (15%), *Talk Show* / Liputan (10%). Dengan jumlah jam siaran 18 jam (06.00-24.00 WIB). Sasaran pendengar dari Radio Gress 105,8 FM ini berdasarkan statusnya yaitu: Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 39 %, Ibu Rumah tangga sebanyak 20 %, Karyawan/ Pegawai sebanyak 24 %,Usahawan/ Wiraswasta sebanyak 11 %lain-lain sebanyak 06 %.

d. *Event*

Event merupakan suatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal maupun nasional dan bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa (*event*) secara internasional (Ruslan, 2006 : 233).

Event semakin populer seiring terjadinya pergeseran trend pemasaran ke arah *community marketing*, sehingga perusahaan membutuhkan *event* sebagai media interaksi langsung dengan komunitasnya. Dalam sebuah *event*, produk dapat dieksploitasi lebih detail dari kulit hingga bijinya dan dapat dirasakan langsung oleh konsumennya. Dengan kepiawaian orang-orang, tim atau *crew* yang ikut serta dalam *event* tersebut yang memiliki ide-ide kreatif yang menjadi tontonan yang menyenangkan dan menghibur penonton (Hafidz, 2007: 3).

Seorang ahli Audio Visual Aid (AVA) bernama Jack Dove mengatakan bahwa “*Knowledge is aborsed through the five senses, assesed in the following proportions: sight 75%, hearaing 13%, touch 6%, smell 3%, taste 3%*”. (Pengetahuan diserap melalui panca indera, yang diperkirakan menurut perbandingan sebagai berikut : penglihatan 75%, pendengaran 13%, perabaan 6%, penciuman 3% dan pencicipan 3%) (Effendy, 2002: 141).

Publik pengunjung acara tersebut akan melihat, mendengar, meraba dan mencium bahkan mungkin mencoba benda-benda yang di promosikan. Artinya hampir semua pengetahuan tersebut atau 90% dapat diserap melalui panca indra manusia yang bersangkutan hadir, menyaksikan dan memperhatikan pada suatu acara yang berlangsung (Ruslan, 2006 : 239).

Dengan demikian, ada beberapa tahapan yang harus disiapkan sebelum berlangsungnya *event* demi suksesnya *event*, seperti *planning*, persiapan, pendanaan, serta prosedur teknis acara sampai selesai. Selain itu dibutuhkan juga tim atau *crewyang* mempunyai tugas di bidang-bidang tertentu, misalnya, bagian teknis, bagian konsumsi, dan lain sebagainya demi terlaksanya *event* dengan maksimal.

Selain itu Komunikasi merupakan dasar untuk dapat melaksanakan promosi secara efektif (assauri, 2009 : 267).

Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, emosi, pendapat atau instruksi antara individu atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami dan mengkoordinasikan suatu aktivitas. Sebagai contoh dalam organisasi, komunikasi formal dilakukan melalui sistem surat-menyurat, pelaporan, dan pertemuan; komunikasi informal dilakukan melalui interaksi yang tidak berhubungan dengan struktur; baik komunikasi formal informal dilakukan melalui pengiriman dan pertukaran pesan secara verbal dan nonverbal melalui percakapan, tulisan, dan unsur-unsur visual

lainnya. Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial bagi efektivitas operasi organisasi (Liliweri, 2011:37).

Dengan demikian, dari pengertian-pengertian komunikasi di atas mengenai pengertian komunikasi, maka dapat disimpulkan bahwasanya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain agar dapat diterima dengan baik agar keduanya bisa mendapatkan suatu reaksi atau tindakan atas apa yang sudah disampaikan.

Selain itu dalam sebuah *event* diperlukan juga teknik promosi. Promosi adalah suatu usaha untuk menawarkan suatu produk agar bisa menarik perhatian masyarakat agar datang untuk menyaksikan *event* tersebut, dan juga membeli atau mengkonsumsi produk tersebut.

Ada banyak cara yang dilakukan untuk mempromosikan produk kepada khlayak ramai atau masyarakat yang menjadi sasarannya. PT Marga Nusantara Jaya (Konimex) dengan bekerja sama dengan Radio Gress FM yang merupakan salah satu media radio yang dipercaya untuk melakukan promosi tersebut.

Sementara itu Inza merupakan obat masuk angin, flu, demam, dan sakit kepala dengan Parasetamol/Paracetamol 1400 mg, Fenilpropanolamin/phenylpropanolamine HCl 12,5 mg, Klorfeniramin maleat/chlorpheniramine maleate 2 mg dalam kemasan tablet 4 biji. Dengan dosis sebagai berikut:

- 1). Dewasa : 3 kali sehari 1-2 tablet.
- 2). Anak berusia 6-12 tahun : 3 kali sehari 1 tablet.
- 3). Anak berusia 3-6 tahun : 3 kali sehari 1/2 tablet(<http://apotik.medicastore.com/obat/inza-tablet.html>).

2. Konsep Operasional

Dengan dilatar belakangi kerangka teoritis, selanjutnya penulis merumuskan suatu konsep operasional yang nantinya dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat efektivitas penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam *Event Inza Ajang Kreasi* Di Pekanbaru.

Adapun indikator-indikator tersebut sebagai berikut:

- a. Tujuan dari promosi *event outdoor* yang menggunakan OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam *event inza ajang kreasi*, untuk mengingatkan kembali masyarakat akan produk inza, sehingga terjadinya peningkatan penjualan produk.
- b. Penggunaan OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam *event inza ajang kreasi* di Pekanbaru, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya pengeluaran untuk publikasi, jika dibandingkan publikasi dengan media televisi yang jauh lebih mahal.
- c. Faktor-faktor kesuksesan promosi *event outdoor* seperti: ide-ide atau bentuk kreatif, pemilihan waktu dan lokasi yang tepat, melakukan

promosi dan sosialisasi, perlengkapan alat atau *sound system* yang sesuai dengan kebutuhan.

- d. Kesesuaian antara program dengan tujuan yang diharapkan pihak inza setelah *event* selesai dilakukan.

H. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. (Kriyantono, 2010 : 196)

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di *Car Free Day* di Jalan Diponegoro dan akhirnya di Plaza Citra Pekanbaru (Mathari) Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek

Subjek merupakan sesuatu yang akan diteliti oleh peneliti, baik itu manusia atau orang, lembaga atau organisasi. Subjek dari penelitian adalah semua *crew* yang terlibat OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* yang terlibat di dalam *Event Inza Ajang Kreasi*.

b. Objek

Objek Merupakan sifat dari apa yang akan diteliti. Objek dari penelitian adalah efektivitas penggunaan OB-van(*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* dalam *Event Inza Ajang Kreasi* di Pekanbaru.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data terbagi atas dua bagian, yaitu data primer, dan data sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah 1 orang penanggung jawab *event Inza Ajang Kreasi Radio Gress FM* ,1 orang Penanggung jawab bagian OB-van(*Outside Broadcast-van*)*stage mobile*, I orang penanggung jawab promosi *event obat inza* di Pekanbaru, I orang pembawa acara (*MC*), dan 1 orang peserta *event*.

b. Data Sekunder

Data sekunder selain dari data primer di atas, seperti pembuatan berita oleh media, keterangan dari masyarakat, tulisan-tulisan yang menceritakan tentang *event* tersebut, keterangan-keterangan dari sumber lain tentang Radio Gress 105,8 FM keterangan dari *crew* yang membantu.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara yang dilakukan yaitu dengan melakukan tanya jawab kepada narasumber (Kriyantono, 2010:100).

b. Dokumentasi

Menyusun format dokumentasi atau “Form Dokumentasi”, dibandingkan dengan alat atau instrumen pengumpulan data lainnya, dapat dikatakan relative mudah. Sebab, dalam membuat Form Dokumentasi, peneliti tinggal membuat “blanko” yang sesuai guna tempat memasukkan atau memindahkan data relevan dari sesuatu sumber/dokumen (Faisal, 2003: 137).

c. Observasi

Observasi penelitian adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara langsung datang ke tempat *event* yang sedang berlangsung tersebut.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif-kualitatif. Deskriptif diartikan melukiskan variabel demi variabel (Rakhmat, 2009 : 25).

Deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi dan fenomena yang menjadi objek penelitian (Bungin, 2007 : 68).

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan memahami dan menguraikan tulisan ini, maka penulis menyusun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan ini meliputi Latar Belakang Masalah, Alasan Pemilihan Judul, Penegasan Istilah, Permasalahan Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional, Metode Penelitiandan Sistematika Penulisan.

BABII. Gambaran Umum Lokasi Penelitian ini menjelaskan sejarah berdirinya Radio Gress 105,8 FM, visi dan misi Radio Gress 105,8 FM, Struktur organisasi Radio Gress 105,8 FM, tarif pemasangan iklan di Radio Gress 105,8 FM, Format program.

BABIII. Penyajian Data Pada Bab ini data-data yang di dapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi disajikan sesuai dengan konsep operasional.

BABIV. Analisa Data Pada bab ini, penulis menganalisa efektivitas dari OB-van (*Outside Broadcast-van*) *stage mobile* Radio Gress 105,8 FM dalam *event* Inza Ajang Kreasi di Pekanbaru.

BABV. Penutup Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN