

BAB I

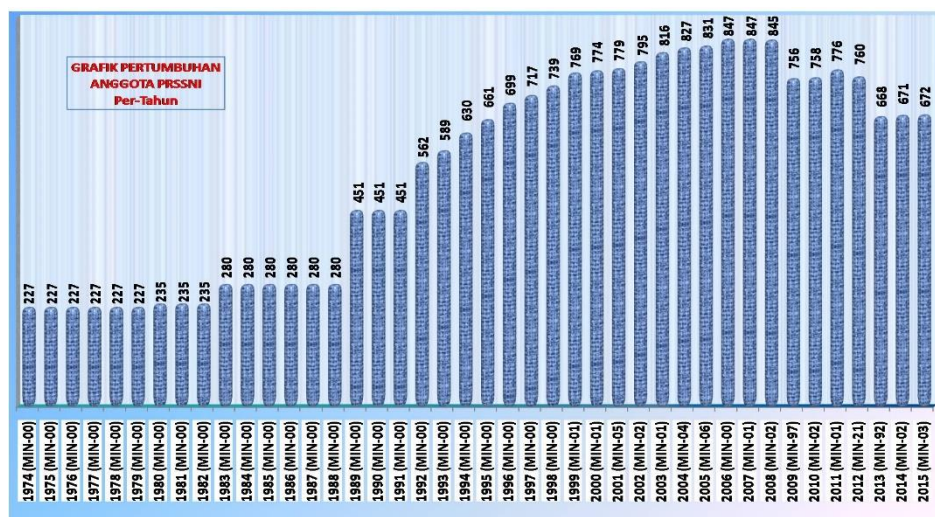
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informatika saat ini sudah berkembang pesat. Sekarang dimana dan kapanpun informasi bisa kita akses dari mana pun. Saat ini informasi-informasi dengan mudah diakses oleh siapapun melalui alat komunikasi yang semakin dinamis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pengaksesan data yang berisikan informasi tersebut (Kusumaningati, 2012; 53). Hal ini memicu dampak pada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Salah satu informasi yang bisa di dapat adalah melalui radio. Di manapun kita berada, saat ini radio mudah dijangkau oleh siapapun, seperti di rumah, kendaraan, dan tempat umum. Perkembangan ini yang membuat eksistensi radio masih ada. Akibat dari kemajuan teknologi tersebut perkembangan radio di Indonesia sudah semakin banyak dan hampir setiap kota memiliki stasiun radio. Berikut grafik pertumbuhan radio di Indonesia:

Gambar 1.1

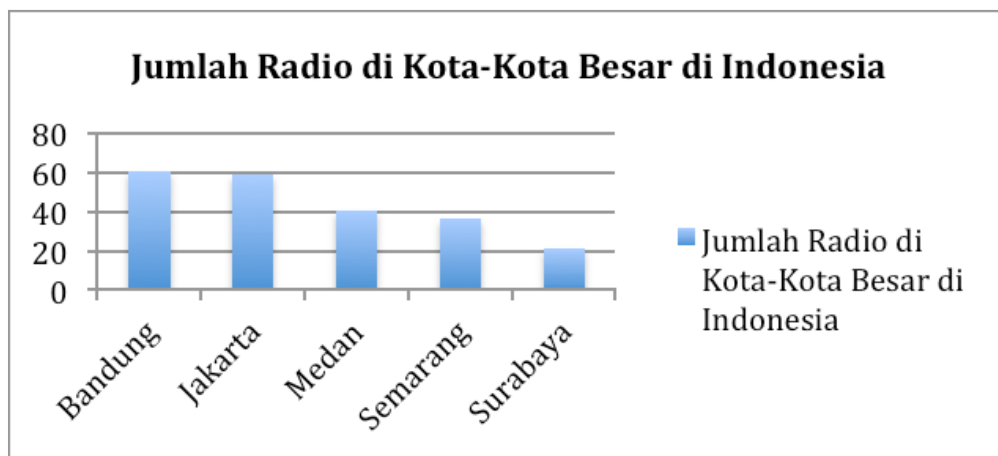
Grafik Pertumbuhan Radio di Indonesia



Sumber: <http://www.radioprssni.com>

Dari jumlah radio diatas yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, peneliti akan menjabarkan kembali jumlah radio–radio yang ada di kota-kota besar Indonesia. Berikut adalah grafik jumlah stasiun – stasiun radio yang ada di kota – kota besar di Indonesia:

Gambar 1.2
Jumlah Radio di Kota-Kota Besar di Indonesia



Sumber: statistik.kominfo.go.id

Dari grafik diatas bisa dilihat bahwa Kota Bandung memiliki jumlah radio yang terbanyak. Jadi Bandung menjadi pilihan peneliti sebagai tempat penelitian. Radio memiliki station format yang berbeda – beda, seperti format yang membahas tentang *Women, News, Automotive, Religious, Other*.

Berikut tabel radio berdasarkan station format yang ada di Bandung:

Tabel 1.1
Beberapa Radio Bandung Berdasarkan Station Format

Women	News	Automotive	Religious	Other
U-FM 104.3 FM	Elshinta 89.3 FM	Autoradio 88.9 FM	MQ 102.7 FM	Radio Sonata 88.1 FM
FeMale Radio 96.4 FM	PR 107.5 FM		An-Najiyah 107.9 FM	Radio Mora 88.5 FM
	Radio Sindo Trijaya 91.3 FM		Maestro 92.5 FM	Radio Global 89.7 FM
				Radio Paramuda 93.7 FM
				Radio 99ERS 100. FM
				Prambors Radio 98.4 FM
				Radio KLCBS 100.4 FM
				Radio Dahlia 101.5 FM
				Radio Rase 102.3 FM
				Urban Radio 106.3 FM
				Radio K-Lite 107.1 FM
				Hits Radio 103.9 FM

Sumber: peneliti (2015)

Di tengah ketatnya persaingan industri media, isu kualitas program semakin ketat, karena sangat penting dalam memperebutkan konsumen. Pengelola stasiun radio harus berusaha mengembangkan kebijakan bersaing dengan menarget kelompok pendengar yang lebih spesifik. Dengan adanya segmentasi dan target pendengar menjadi lebih jelas dan spesifik Auto Radio 88.9 FM membuat program-program yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens. Untuk itu dibutuhkan strategi *programming* pada stasiun radio untuk menentukan program-program yang sesuai atau menarik untuk target audiensnya. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarkan (*to be aired*). Jadi sinonim *Programming* adalah *scheduling* atau suatu kegiatan yang dilakukan departemen program yang bertanggung jawab untuk merencanakan program atau

acara apa saja yang akan disajikan kepada penonton selama satu periode tertentu atau khusus (reguler ataupun momentum).

Hal yang dinikmati oleh masyarakat dari industri radio adalah program siaran. Salah satu kunci sukses dari program siaran terletak pada *programming*-nya. Pentingnya *Programming* dalam media penyiaran menurut Dominick (1990: 304) dalam buku *The Dynamic of Mass Communication* yaitu:

Once the shows have been produced, where and when to place them in the schedule must be decided. This task, known as Programming, is a crucial one. A bad Programming decision might mean failure for a good show while a shrewd decision might make a mediocre show a hit.

(Ketika suatu pertunjukan telah diproduksi, dimana dan kapan menempatkannya di dalam jadwal haruslah diputuskan. Tugas ini dikenal sebagai *programming*. Suatu keputusan *programming* yang buruk mungkin dapat diartikan kegagalan untuk pertunjukan yang bagus sedangkan suatu keputusan pintar mungkin membuat suatu pertunjukan yang cukup untuk suatu pukulan).

Dari penjelasan tersebut, *programming* dilihat sebagai proses untuk memilih, menyeleksi, menjadwalkan program, dan mengevaluasinya. *Programming* dianggap penting karena menentukan berhasil atau tidak suatu program untuk meraih audiens dalam jumlah besar. Seperti layaknya berjualan di sebuah toko. *Programming* merupakan suatu produk penyiaran. Program-program acara yang disajikan tidak boleh sembarangan ditampilkan.

Oleh karena itu, Auto Radio melakukan perencanaan dalam pembuatan program-programnya. Dalam pembuatan program siaran di Auto Radio ada program siaran bertema cinta, komedi, dan sport. Meskipun begitu tema otomotif tetap ada pada program siaran di Auto Radio seperti Auto community dan Autalkshow.

Agar program tersebut diminati oleh khalayak, program-program siaran disusun sedemikian rupa sehingga sesuai dengan sasaran khalayak dan target audiens yang telah ditetapkan dan memberikan pemasukan dengan terisinya slot iklan. Oleh karena itu, diperlukan berbagai cara untuk menghasilkan program siaran yang menarik sehingga menarik perhatian banyak pendengar.

Dalam melakukan siarannya, Auto Radio mengemas berbagai format acara dengan tujuan agar pendengar tidak bosan untuk tetap mendengarkan program-program yang disajikan. Sehingga Auto Radio tetap menjadi pilihan bagi pendengarnya. Penelitian ini berfokus pada strategi *programming* program otomotif di Radio Auto Radio dan untuk mengetahui apakah Auto Radio sudah menerapkan strategi *programming* dengan tepat atau tidak.

Stasiun format otomotif pada Auto Radio menjelaskan bahwa otomotif merupakan suatu kebutuhan bagi kita. Sehingga Auto Radio menyajikan program-program siaran otomotif bagi pendengar yang membutuhkan info tentang otomotif. Hal tersebut dilakukan Auto Radio dengan memberikan perkembangan otomotif saat ini, info-info terbaru tentang otomotif, dan event otomotif yang sedang berlangsung dalam program-program siarannya. Dengan pelaksanaan strategi *programming* yang tepat maka pendengar akan menjadi banyak dan iklan masuk juga bertambah seiring bertambahnya pendengar.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka penulis menarik sebuah rumusan masalah yang digunakan untuk membatasi penelitian ini. Hal ini dimaksudkan agar penulis tetap berada pada jalurnya dan tepat dengan tujuan dan permasalahan. Oleh karena itu, rumusan permasalahan penelitian ini adalah “Strategi *Programming* Auto Radio 88.9 FM Dalam Menyiarkan Program Otomotif”

Adapun pertanyaan penelitian yang peneliti uraikan dari fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan program di Auto Radio 88.9 FM Bandung?
2. Bagaimana strategi *programming* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menyiarkan program otomotif?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi *programming* pada Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menyiarkan program otomotif. Apakah program yang disiarkan bisa memenuhi kebutuhan pendengar terhadap informasi-informasi tentang otomotif dan strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan bagi program studi Ilmu Komunikasi khususnya dalam dunia *Broadcasting*, penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan evaluasi bagi PT Radio Swara Auto Graha.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan untuk praktisi komunikasi khususnya mereka yang lebih tertarik pada fokus komunikasi *broadcasting* dan *marketing communication*. Dalam pengambilan keputusan perusahaan dalam menentukan program yang ada kaitannya dengan teknik penyiaran diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan, serta bagi penulis bisa dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang *broadcasting* dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh program yang sesungguhnya.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan tahapan penelitian, peneliti membagi proses menjadi beberapa bagian tahapan yang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih enam bulan.

Tahap – tahap penelitian yang akan dimulai dari persiapan sampai penyusunan laporan akhir adalah sebagai berikut:

a. Tahap Pra-Lapangan

No	Tahapan	Bulan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Penyusunan rancangan awal penelitian	X	X				
2.	Pengurusan ijin penelitian			X			
3.	Penjajakan lapangan dan penyempurnaan rancangan penelitian				X	X	
4.	Pemilihan interaksi dan informan					X	X
5.	Penyiapan peranti pembantu untuk kegiatan lapangan					X	X

b. Tahap Kegiatan Lapangan

Kegiatan lapangan akan dimulai pada bulan Juli hingga Agustus 2015

c. Tahap Pasca-lapangan

Tahap pasca-lapangan akan dimulai pada bulan Agustus hingga September 2015

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Karena bidang penelitian dapat dikaji secara luas, maka untuk menjaga konsistensi tujuan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

Lokasi penelitian bertempat di PT Radio Swara Auto Graha Jl. Cihampelas No. 264 – 268, Bandung 40131. Provinsi Jawa Barat