

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu bagian dari media massa. Jenis media radio sendiri termasuk dalam kategori media massa elektronik yang memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak pendengar dengan cakupan yang luas dalam sekali waktu. Keberadaan media elektronik mampu memberikan inovasi kepada pengguna media dalam mencari, mendapatkan, dan mengakses sebuah informasi terkait perkembangan atau suatu peristiwa yang sedang terjadi. Media elektronik hadir sebagai pelengkap dari media sebelumnya yaitu media cetak.

PT. Radio Kontinental Lintas Telekomunikasi (K-Lite FM) merupakan salah satu radio yang terdapat di Bandung. Radio ini adalah anak perusahaan dari Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang bergerak di bidang media massa. Berdasarkan data perusahaan pada tahun 2016, K-Lite FM memiliki segmentasi pendengar radio adalah dewasa muda dengan usia 25 – 45 tahun. Pembahasan di radio K-Lite FM mencakup dunia bisnis yang ditujukan kepada para *entrepreneur* muda. Format siaran yang dihadirkan oleh K-Lite FM adalah *News, Talkshow, Information and Interview* dan format musiknya adalah memutar lagu-lagu *evergreen* Indonesia (30%) dan barat (70%).

Radio K-Lite FM adalah salah satu dari beberapa radio segmentasi dewasa yang ada di kota Bandung. Beberapa radio pesaingnya adalah Delta FM, Rase FM, KLCBS, MQFM, Chevy, dan Radio B. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan kepada 110 responden di rentang usia 25 - 45 tahun, ditunjukkan pada Tabel I.1 bahwa, K-Lite FM masih berada pada peringkat ke-3 dalam *top of mind* radio dengan segmentasi dewasa di Bandung.

Tabel I.1 *Top Of Mind* Radio Dewasa di Bandung

No.	Radio	Persentase
1	Delta FM	26%
2	Rase FM	24%
3	K-Lite FM	20%
4	KLCBS	11%
5	Umumnya (MQFM, MGT, Chevy, Radio B)	19%

(Sumber : Survei *Online* Terhadap 110 Responden, 2017)

PT. Radio Cipta Karya (Delta FM) merupakan perusahaan pesaing dari PT. Radio Kontinental Lintas Telekomunikasi (K-Lite FM). Pada Tabel I.2 diketahui jumlah pendapatan K-Lite FM sangat jauh dibandingkan pesaingnya. Selain itu, pendapatan K-Lite FM mengalami penurunan dari tahun 2014 – 2016.

Tabel I.2 Perbandingan Pendapatan Perusahaan

Tahun	PT. Radio Kontinental Lintas Telekomunikasi	PT. Radionet Cipta Karya
2014	Rp 4,4 M	Rp 66 M
2015	Rp 4,1 M	Rp 61 M
2016	Rp 3,5 M	Rp 67 M

(Sumber : Laporan Perusahaan, 2016)

Salah satu sumber pendapatan radio adalah, adanya perusahaan yang memasang iklan di radio tersebut. Menurunnya pendapatan K-Lite FM ini salah satunya disebabkan oleh menurunnya pemasang iklan di tahun 2014 – 2016 seperti yang diperlihatkan pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Jumlah Pemasang Iklan

Tahun	Jumlah Pemasang Iklan
2014	140
2015	132

Tahun	Jumlah Pemasang Iklan
2016	115

(Sumber : Laporan Perusahaan, 2016)

Dari hasil wawancara dengan *Program Director* K-Lite FM, pada tahun 2016 didapatkan data peringkat radio K-Lite FM di Bandung. Jika dilihat pada peringkat terakhir di tahun 2016 yang diukur berdasarkan jumlah pendengar, K-Lite FM berada posisi 34 (Nielson Company, 2016). Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah pendengar K-Lite radio masih sedikit jika dibandingkan dengan radio lainnya. K-Lite FM mempunyai target peringkat adalah 20an berarti dalam kasus ini K-Lite FM belum bisa mencapai targetnya dalam 5 tahun terakhir seperti yang dijelaskan pada Tabel I.4.

Tabel I.4 Peringkat Radio

TAHUN	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
2012	42	42	43	44
2013	44	45	43	43
2014	42	42	43	51
2015	45	42	41	41
2016	40	38	35	34

(Sumber : AC Nielsen, 2016)

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Rosalia (2016), salah satu faktor daya tarik pendengar radio adalah dari faktor program siaran. Tidak tercapainya peringkat radio dalam 5 tahun terakhir bisa disebabkan oleh faktor program siaran yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat Bandung.

Melihat permasalahan yang dihadapi, yaitu program siaran yang tidak sesuai dengan keinginan masyarakat, lalu berdampak pada berkurangnya pemasang iklan, sehingga pendapatan perusahaan menurun. Maka perlu diadakan penelitian mengenai perancangan atribut program radio berdasarkan preferensi masyarakat Bandung. Perancangan ini berfokus menggali

penilaian masyarakat Bandung terhadap program radio untuk menemukan atribut dan taraf terkuat. Atribut dan taraf bisa dijadikan patokan untuk membuat program siaran yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Untuk itu, maka perlu dilakukan penelitian terkait perancangan atribut di K-Lite FM.

I.2 Perumusan Masalah

Untuk dapat merumuskan atribut keunggulan program radio K-Lite FM, maka perlu dilakukan penelitian mengenai atribut dan taraf program siaran K-Lite FM di pasar. Dengan melakukan perancangan atribut, maka K-Lite FM dapat mengetahui preferensi masyarakat terhadap radio segmentasi dewasa. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Amelia (2015) dan Siswanto (2012) *tools* yang dapat digunakan untuk mengkaji preferensi masyarakat adalah *conjoint analysis* (CA). Berikut merupakan permasalahan yang diangkat di penelitian ini :

1. Apa kombinasi atribut dan taraf yang dianggap penting oleh masyarakat ketika akan memilih program radio?
2. Bagaimana perbandingan atribut yang dimiliki K-Lite dengan preferensi masyarakat?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan program radio K-Lite yang tepat agar dapat menarik pendengar?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut yang dianggap penting oleh masyarakat ketika akan memilih program radio.
2. Membandingkan atribut program radio K-Lite dengan atribut berdasarkan preferensi masyarakat.
3. Menyusun rekomendasi perbaikan program radio K-Lite FM yang paling tepat agar dapat menarik pendengar.

I.4 Batasan Masalah

Perumusan batasan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada rentang bulan Oktober 2016 – Mei 2017
2. Penelitian hanya sampai tahap rumusan dan pemberian rekomendasi, tidak sampai tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi K-Lite FM, untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap program radio.
2. Atribut dan taraf yang menjadi kelebihan dan kelemahan dari K-Lite FM dapat diketahui melalui penelitian ini, dan menjadi masukan bagi K-Lite FM itu sendiri untuk memperbaiki program radio.
3. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menjadi referensi *literature* untuk penelitian yang lebih lengkap dan lebih mendalam.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dalam sistematika penulisan sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dijabarkan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini dijelaskan mengenai studi literatur yang relevan mengenai metode *conjoint*. Selain itu, dijelaskan juga mengenai teori-teori yang digunakan seperti teori preferensi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci yang dituangkan dalam model konseptual dan sistem pemecahan masalah meliputi; tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap analisis data, dan tahap kesimpulan dan saran.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan pelaksanaan pengumpulan dan pengolahan data penelitian dari tahap penggalian atribut. Proses pengumpulan data berupa penyusunan atribut penelitian dan pengumpulan kuesioner.

BAB V Analisis Data

Pada bab ini dipaparkan analisis dari hasil pengolahan atribut-atribut dan dilengkapi dengan rekomendasi perbaikan atribut berdasarkan preferensi masyarakat terhadap program yang diinginkan pada radio K-Lite.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari hasil analisis, hasil pengujian terhadap model, serta menjabarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini dan saran bagi radio K-Lite FM dan saran bagi penelitian selanjutnya yang mempunyai sifat serupa.