BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung merupakan sebuah Radio terbesar di daerah Bandung. Keberadaan Radio *Ninetyniners* dirintis oleh sepasang suami istri yaitu Boediman Soemali dan Lisa Marlina yang senang akan musik, karena kegiatan dibidang musik dianggap tidak cukup untuk mengekspresikan perhatian mereka pada musik, maka digunakan media radio sebagai alatnya.

GAMBAR 1.1

Logo Perusahaan PLAY99ERS

Sumber: Arsip Ninetyniners radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung, juli 2018

Sejak tanggal 9 September 1999, mereka mempunyai ide, gagasan dan konsep untuk mendirikan sebuah stasiun radio yang berbeda dengan yang lainnya. Baru pada tanggal 9 September 2000 pada pukul 09.00 pagi, secara resmi mereka mendirikan Radio *Ninetyniners* dengan manajemennya dikelola dan dipegang oleh PT. Radio Swara Milliard Artha. Radio *Ninetyniners* berada di JL. Ir. H Juanda No 126- B Dago, Bandung dan memancar di jalur 99,9 FM. Paket acara yang disajikan sarat dengan musik dan diramu dalam bentuk yang menarik, sehingga dalam waktu yang singkat Radio *Ninetyniners* muncul sebagai stasiun radio swasta dengan format acara yang berbeda dari radio swasta yang lainnya yang ada dikota Bandung. *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung pertama kali *On-air* pertama kali pada tanggal 09 September, 2000. Menduduki posisi ke 3 (tiga) untuk pendengar 15-24AB dan ke 7 (tujuh) untuk *all* segmen pada survey

AC Nielsen tahun 2001, yaitu pada saat *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung baru berusia 9 bulan. Tepat *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung mengudara 1,5 tahun, 99ers radio 100 FM berhasil mencapai posisi puncak untuk menjadi radio anak muda No.1, yaitu segment pendengar 15-24 & 15-24AB dan posisi ke 5 (lima) untuk all segment di survey AC Nielsen 2002. *Ninetyniners* kembali menjadi radio anak muda (15-24AB) Bandung No.1 juga naik peringkat ke posisi 3 (tiga) pendengar all segment waktu hasil survey AC Nielsen 2003 terbit.

Perusahaan yang menaungi *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung sendiri yaitu PT. Radio Swara Milliard Artha. *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung berada di JL. Ir. H Juanda No 126- B Dago, Bandung. Seperti halnya Radio *Ninetyniners*, memiliki konsep dasar sehingga selalu berpikiran untuk selangkah lebih baik dari yang sudah ada dan mempunyai nilai yang lebih positif, dan itulah merupakan komitment *Ninetyniners Radio* 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung.

1.1.2 Visi dan Misi

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi untuk mencapai kesuksesan, begitu juga dengan *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) yang memiliki visi dan misi kedepan :

Visi Perusahaan

Visi dari *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) adalah : “Menjadi media promosi bagi kebutuhan periklanan perusahaan di kota Bandung, Jakarta & sekitarnya.”

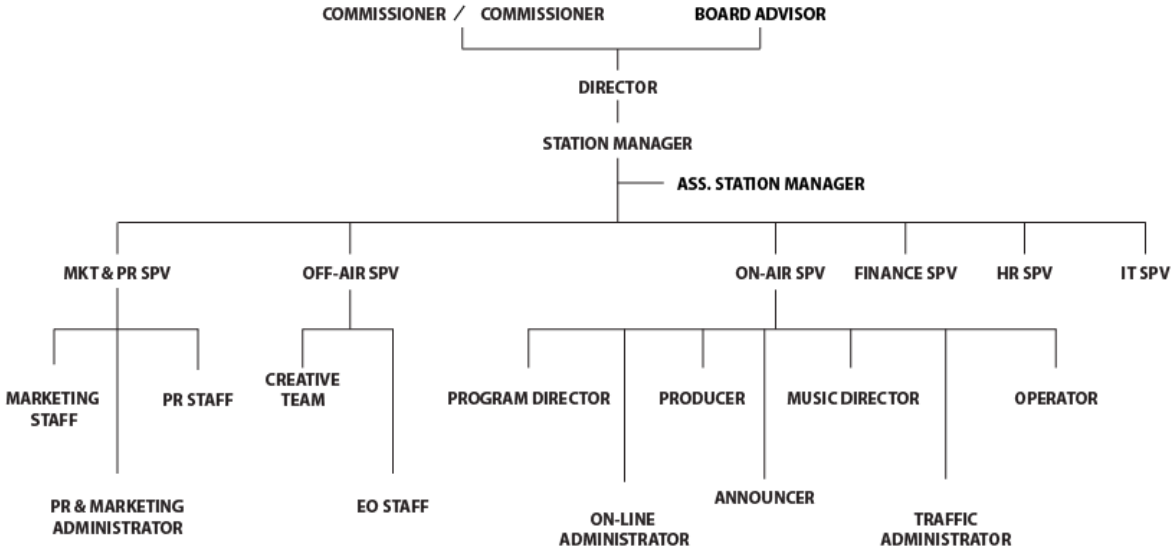
Misi Perusahaan

Misi dari *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) adalah :

a. Menjalin kerjasama dengan para pelaku bisnis/ klien.
b. Memberikan info untuk pembaca dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dicerna.
c. Menyediakan sarana promosi bermutu.
d. Menyediakan pelayanan terbaik.
e. Memberikan informasi dengan mudah.

1.1.3 Struktur Perusahaan

Adapun struktur organisasi dari Radio Play99ers 100FM Bandung adalah:



GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi Radio Play99ers Bandung

(Sumber: Dokumen Radio Play99ers Bandung)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di dunia sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya perkembangan teknologi memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi. (www.teknologiperkembangandunia.com). Keadaan yang demikian, dimana sebuah teknologi mampu merubah sesuatu yang belum tentu dapat dilakukan menjadi sebuah kenyataan. Misalnya, kalau dahulu orang tidak dapat berbicara dengan orang lain yang berada di suatu tempat yang berjarak jauh, maka setelah adanya telepon orang dapat berbicara tanpa batas dan jarak waktu, begitu juga dengan informasi yang dulu hanya didapat dari surat kabar dan kini akses informasi dengan mudah di dapat dari media massa maupun internet.

Terlihat semakin berkembangnya teknologi didunia, masyarakat Indonesia pun pasti tidak tertinggal dengan perkembangan teknologi komunikasi tersebut. Sedangkan untuk wilayah Indonesua sendiri Kota Bandung tercatat sebagai daerah terpadat di Jawa Barat. Dengan tingkat penduduk Kota Bandung mencapai 3.596.623 jiwa. Disusul Kota Cimahi dengan 594.021 jiwa. Hal tersebut terungkap dalam konferensi pers Badan Pusat Statistik (BPS) Jabar tahun 2016 (https://bandungkota.bps.go.id 2018)

Perkembangan komunikasi pada saat ini sering menggunakan teknologi salah satunya seperti Radio, dimana melibatkan dua atau lebih individu baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari semakin banyaknya populasi penduduk, pasti teknologi informasi dan komunikasi di kota Bandung semakin maju juga, karena untuk mendapatkan informasi dan komuniakasi masyarakat kota Bandung harus menggunakan teknologi yang canggih dan bermanfaat yang memudahkan seseorang berkomunikasi maupun mencari informasi, baik di media televisi, radio atau media sosial.

Radio merupakan salah satu media massa yang berkaitan erat dengan kebutuhan masyarakat yang dapat memberikan berbagai macam informasi, hiburan, dan pendidikan, radio sebagai media massa yang efektif dan akurat dalam penyebaran informasi, berbagai macam informasi bisa disampaikan dengan audio yang jelas dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Ketergantungan masyarakat yang sudah terbiasa mendengarkan radio karena memberikan kepuasan tersendiri terhadap pendengarnya, dengan adanya radio, masyarakat dapat mendengarkan program radio dimana saja dan kapan saja . Radio lebih mengedepankan program yang menarik dengan menggabungkan unsur audio seperti lagu, kata, suara lain, penyiar dan lain-lain. Sehingga dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik minat pendengar. Radio tidak hanya menyampaikan program informasi maupun hiburan, akan tetapi radio juga menyiarkan program promosi untuk perusahaan yang menjual produk dan jasa, Fenomena tersebut secara nyata dapat

disaksikan setiap hari yaitu semakin gencarnya perusahaan-perusahaan memasarkan produknya melalui iklan di berbagai media massa. Sebagian besar perusahaan, iklan menjadi suatu pilihan yang menarik, sebagai sumber informasi dan juga iklan dipandang sebagai media komunikasi yang efektif untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan konsumen akan keberadaan dan manfaat produk perusahaan. Produk perusahaan akan sulit diterima masyarakat jika tidak menggunakan suatu bentuk komunikasi yang tepat dalam memasarkan produknya, ketiadaan komunikasi antara perusahaan dan konsumen tentang keberadaan produk perusahaan dapat mengancam dan menghambat pertumbuhan produk di pasar, cepat atau lambat produk yang dipasarkan perusahaan akan hilang dari ingatan konsumen. Dimana radio sebagai media iklan yang memiliki jangkauan selektif pada segmen pasar tertentu. Perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara menggunakan kegiatan promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang memegang peranan penting bagi perusahaan (Tjiptono, 2015 : 219) dimuat di pakarkomunikasi.com. Promosi yang bagus dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan mampu melekat dibenak konsumen dalam jangka waktu yang cukup lama.

Melalui promosi, perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen, sehingga hasil akhir dari proses komunikasi tersebut diharapkan konsumen memilih untuk membeli produk yang ditawarkannya daripada yang ditawarkan oleh pesaing. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik, dapat mempengaruhi konsumen mengenai di mana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya (Alma, 2016 : 181). Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi konsumen maupun bagi produsen, keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik. Sedangkan keuntungan bagi produsen adalah promosi dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga dan membeli barang dan jasa karena tertarik akan mereknya dan pelayanan baramg jasa tersebut. Menurut pendapat (Tjiptono 2015 : 236) dimuat di pakarkomunikasi.com Untuk produk yang dibeli dalam jumlah kecil dan sering dibeli, maka perusahaan harus lebih memilih iklan. Iklan bisa menjaga merek perusahaan tetap ada dalam ingatan para konsumen, pada saat kebutuhan muncul yang berhubungan dengan produk yang diiklankan, dampak periklanan di masa lalu memungkinkan merek pengiklan untuk hadir dibenak konsumen, sebagai suatu kandidat merek yang akan dibeli. Periklanan merupakan salah satu kegiatan pemasaran bagi produsen untuk mendapatkan konsumen bagi produknya melalui suatu komunikasi pemasaran untuk menginformasikan, membujuk serta mengingatkan konsumen pada produk yang dipasarkan oleh perusahaan.

Di era 80 dan 90’an keberadaan stasiun radio di Bandung masih menjadi media informasi utama di samping televisi dan media cetak. Hal ini terbukti dari ketatnya persaingan antar stasiun radio.

Persaingan yang ketat tersebut secara tegas menunjukkan juga banyak stasiun radio yang jatuh bangun hingga ditutup karena kalah bersaing

TABEL 1.1

Daftar Nama Radio di Kota Bandung

No	Nama Radio	FM
1	Radio Paramuda	98,4 FM
2	Bandung Radio	95,2 FM
3	K-Lite FM	107, 1 FM
4	Ardan Ardan	105,9 FM
5	Play99ers	100,0 FM
6	Dahlia	101,5 FM
7	Hits Radio	103,9 FD
8	Rase FM	102,3 FM
9	Hard Rock FM	87.7 FM
10	Cosmo	101,1 FM
11	OZ Radio	103,1 FM

Sumber:wikipedia.org/wiki/Daftar stasiun radio di Jawa Barat

Berdasarkan diatas bisa dilihat yaitu persaingan radio dikota Bandung cukup ketat. Oleh karena itu, perusahaan radio di kota Bandung semakin berlomba-lomba menghadapi persaingan ini dengan menciptakan keunggulan kompetitif dan kreatif yang berkesinambunngan. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang.

Banyaknya hal yang menjadi bahan pertimbangan dan harapan mengenai program iklan salah satunya program promosi untuk perusahaan produk dan jasa, contohnya perusahaan kuliner, apa yang akan diminati oleh konsumen, yaitu kapan mereka mendengarkan, dan dengan bahasa apa mereka dapat memahami dan tertarik dengan iklan tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen sehingga menimbulkan pembelian adalah dengan mengefektivtaskan penyampaian informasi terhadap iklan yang ditawarkan. Jika suatu produk sudah dikenal oleh masyarakat, maka tidak akan sulit untuk para pelaku bisnis dalam menarik konsumen.

Maka dari itu perusahaan stasiun radio berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi dan gagasan untuk iklan baru agar menarik dan mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembelian. Peran iklan sangatlah penting untuk perusahaan dalam menarik perhatian konsumen dalam keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016:583-584) Mengemukakan defenisi iklan yaitu

"Advertising—Any paid form of nonpersonal presentation and promotion of ideas,goods, or services by an identified sponsor via print media (newspapers and magazines), broadcast media (radio and television), network media (telephone, cable,satellite, wireless), electronic media (audiotape, videotape, videodisk, CD-ROM,Web page), and display media (billboards, signs, posters). Maksudnya dari kalimat diatas adalah periklanan/setiap bentuk presentasi nonpersonal dan promosi gagasan,barang, atau jasa oleh sponsor yang diidentifikasi melalui media cetak (surat kabar dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel,satelit, nirkabel), media elektronik (kaset rekaman, rekaman video, videodisk, CD-ROM,Halaman web), dan media display (papan reklame, tanda, poster). Dari sekian banyak jumlah stasiun radio yang ada di Bandung, salah satu stasiun yang populer dikalangan masyarakat terkhususnya remaja dan dewasa adalah radio PLAY99ers 100FM Bandung. Siapa yang tidak mengenal stasiun radio satu ini, yang menyiarkan berbagai macam program-program menarik diantaranya, program musik,program promosi/iklan, program anak muda dan acara yang sedang tren saat ini dan masih banyak lagi program-program yang mereka siarkan dengan ciri khas mereka sendiri yang berbeda dari stasiun radio pesaing, berikut ini daftar program-program yang dibuat radio Play99ers, yaitu:

Tabel 1.2

Daftar Program-program radio Play99ers Bandung

NO	PROGRAM	JAM
1	Ambasador	05.00 – 06.00 WIB
2	Sarapan Pagi	06.00 – 10.00 WIB
3	Lets Play	10.00 – 13.00 WIB
4	Good Afternoon	13.00 – 16.00 WIB
5	Pulang Sore	16.00 – 19.00 WIB
6	Music Ego	19.00 – 21.00 WIB
7	Night Station	21.00– 24.00 WIB

Sumber: Data Marcom Play99ers Bandung 2018

Dapat dilihat pada gambar 1.3 bahwa pendengar radio Play99ers Bandung memiliki jumlah pendengar yang meningkat dari bulan mei dengan jumlah 24.870 pendengar sampai 25.228 pendengar pada bulan November 2017. Dapat dilihat pada program acara Sarapan Pagi memiliki pendengaran terbanyak pada bulan Mei 2017 dan acara *Good Afternoon* memiliki pendengar terbanyak pada bulan November 2017. Dari sinilah perusahaan stasiun radio ini Play99ers melihat peluang banyak dengan konsumen yang sudah ditargetkan. Radio Play99ers ini memiliki khas tersendiri dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi, maka dari itu masyarakat tertarik untuk mendengarkan stasiun radio ini

disaat beraktivitas contohnya kendaraan roda empat yang gemar mendengarkan informasi disaat masyarakat sedang berada diperjalanan karena radio adalah salah satu teman terbaik untuk menemani pengendara yang sedang berada dijalan yang macet seperti kota Bandung yang padat penduduknya, baik itu informasi berita seputaran indonesia sampai ke iklan semua produk, yang perusahaan sudah banyak mempercayai untuk memasangkan iklan diradio Play99ers, namun peneliti mengambil iklan dari air mineral dalam kemasan merek Ron 88, karena air mineral Ron 88 ini diproduksi langsung dari kota Bandung dengan sumber air yang alami dan perusahaannya ingin lebih memperkenalkan kepada masyarakat kota Bandung khususnya ramaja hingga dewasa yang segmentasinya sama dengan radio Play99ers yang segmentasi itu akan menjadi penerus bangsa nantinya, dimana segmentasi remaja dan dewasa sekarang lebih menyukai makanan dan minuman yang alami agar kesehatannya lebih terjaga, dan Ron 88 adalah salah satu air mineral dalam kemasan yang sehat dan alami. Air mineral dalam kemasan Ron 88 ini memasangkan iklan pada radio Play99ers sebanyak sahari satu kali dengan kurun waktu 30 hari. Karena makin maraknya produk air mineral dalam kemasan yang menjadi pesaing Ron 88 langsung, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti seberapa efektiv iklan Ron 88 terhadap keputusan pembelian yang diiklankan oleh radio Play99ers. Karena suatu produk salah satunya dapat dipengaruhi oleh iklan, maka dari itu penulis tertarik menganalisis sebuah informasi di radio yang berjudul "**EFEKTIFITAS IKLAN DI RADIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN studi kasus pada (konsumen radio Play99ers 100FM Bandung)**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi penelitian di atas, maka dapat dirumuskan bbeberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana presepsi konsumen atas iklan yang ditayangkan oleh radio Play99ers Bandung?
2. Bagaimana keputusan pembelian atas iklan produk air mineral dalam kemasan merek Ron 88?
3. Seberapa besar pengaruh iklan produk air mineral dalam kemasan merek Ron 88 terhadap keputusan pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana presepsi atas iklan yang ditayangkan pada konsumen Play99ers Bandung.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian atas iklan produk air mineral dalam kemasan merek Ron 88.

3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh iklan produk air mineral dalam kemasan merek Ron 88 terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada batasan-batasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan dapat diperoleh hasil yang sesuai dengan perumusan masalah. Batasan-batasan penelitian ini antara lain yaitu objek penelitian ini adalah masyarakat yang mendengarkan radio Play99ers. Dimensi yang digunakan adalah iklan dan keputusan pembelian. Lokasi penelitian dilakukan di stasiun Radio Play99ers Bandung. Penelitian berlangsung sejak Februari 2018 – Juni 2018.

1.6 Sistematis Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan
sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitin.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data responden dengan SPSS.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran- saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.