

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

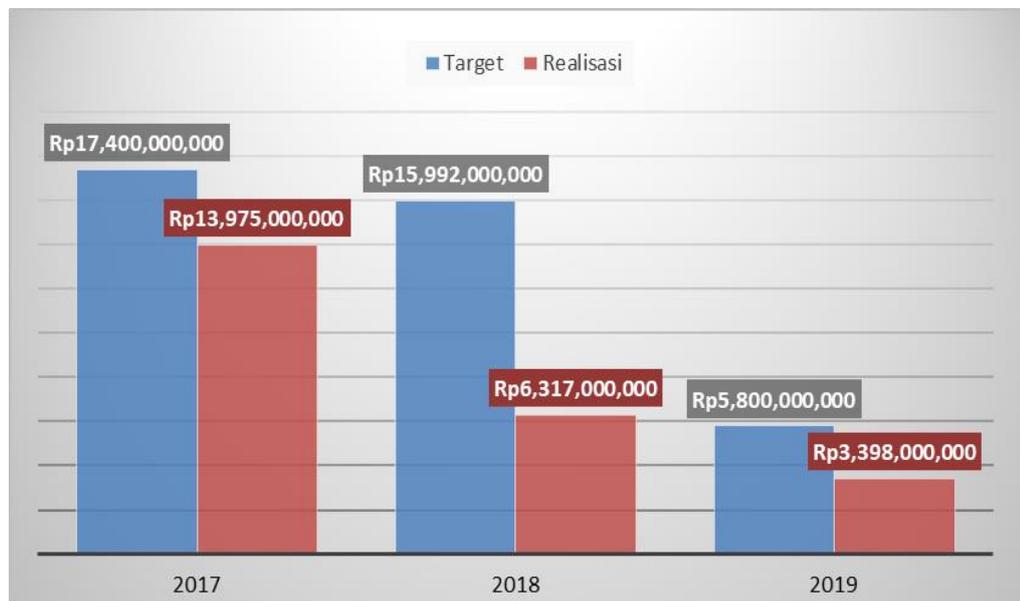
Radio K-Lite merupakan salah satu anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang bergerak di bidang penyiaran radio yang ditujukan bagi pendengar berusia 21-44 tahun yang disiarkan dari Bandung sejak tahun 1970-an. Radio K-Lite terletak di Jalan Sumur Bandung No. 12 Dago, Bandung. Radio K-Lite memiliki *tagline* yaitu *Bandung's Inspiring Sound*.

Radio ini memiliki beberapa program yang disiarkan. Salah satu program tersebut yaitu *Good to Great*. *Good to Great* merupakan sebuah *variety show* yang fokusnya, *to brief and to remind* bahwa *good is the enemy of great* yang memiliki arti bahwa keadaan baik justru merupakan musuh bagi terciptanya hasil yang luar biasa. Program tersebut memiliki fungsi media seperti memberikan hiburan, memberikan informasi, memberikan edukasi dan memberikan inspirasi kepada pendengar serta dapat meng-*influence* pendengar radio. Program *Good to Great* merupakan program baru yang disiarkan di Radio K-Lite mulai dari tanggal 30 September 2019, hadir setiap hari Senin-Jumat pukul 06.00 WIB - 09.00 WIB. Target pendengar dari *Good to Great* yaitu *government, academy, community* dan *business* dengan rentang usia mulai dari 21 tahun hingga 44 tahun. Namun, menurut pihak *management*, kekurangan dari program *Good to Great* yaitu belum diketahui secara pasti apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pendengar.

Program *Good to Great* dibawakan oleh dua penyiar radio. Konten program *Good to Great* terdiri dari iklan, *talk*, musik, *news* dan *in spite of*. Selama tiga jam program disiarkan, iklan yang ditayangkan sebanyak 27 iklan. Materi *talk* yang dibahas diantaranya yaitu mengenai *entrepreneurship* dan kesehatan. Selain itu, musik yang diputarkan saat program disiarkan merupakan musik-musik hits dari tahun 1980-sekarang dari dalam negeri serta luar negeri dengan *genre* yang bermacam-macam. Lalu untuk *news* yang disampaikan mengenai kondisi lalu lintas terkini dan yang terakhir yaitu *in spite of*. Untuk tema *in spite*

of yang diangkat yaitu mengenai peran seseorang dalam membangun perekonomian suatu daerah.

Pendapatan yang diperoleh Radio K-Lite mengalami penurunan selama kurun waktu tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Gambar I.1 dan Gambar I.2. Informasi tersebut didapatkan melalui *in-depth interview* dengan Direktur Utama Radio K-Lite yang dilakukan pada tanggal 3 Oktober 2019.



Gambar I. 1 Pendapatan Total

(Sumber: Data Internal Radio K-Lite)

Pendapatan total yang didapatkan oleh Radio K-Lite terdapat selisih antara target dengan realisasi yang ditunjukkan oleh Gambar I.1, sehingga dapat disimpulkan bahwa Radio K-Lite tidak mencapai target yang telah direncanakan sebelumnya. Faktor penyebab hal tersebut salah satunya yaitu program radio yang kurang diminati oleh pendengar sehingga menurunkan jumlah pemasang iklan *on air* di Radio K-Lite dan dapat dilihat dari Gambar I.2 di bawah ini.



Gambar I. 2 Pendapatan Iklan *On Air*

(Sumber: Data Internal Radio K-Lite)

Pendapatan iklan *on air* yang didapatkan Radio K-Lite dari tahun 2017 hingga tahun 2019 mengalami penurunan ditunjukkan oleh Gambar I.2. Penurunan pendapatan dari iklan *on air* tersebut menunjukkan bahwa kemampuan Radio K-Lite dalam menarik iklan setiap tahunnya rendah.

Laba yang diperoleh radio paling banyak didapatkan pada saat *prime time* yang terjadi saat *drive time*. *Drive time* terdiri dari dua bagian, *morning drive* (06.00-10.00) dan *afternoon drive* (16.00-20.00). *Morning Drive* diyakini memiliki lebih banyak pendengar daripada *Afternoon Drive*. Di pagi hari, kebanyakan orang merasa perlu untuk mengetahui apa yang mungkin mereka lewatkan saat mereka tidur sehingga ada urgensi yang dibayangkan (jika tidak aktual) atau setidaknya rasa ingin tahu tentang apa yang terjadi di seluruh dunia dan di ujung jalan saat mereka tidur. Arbitron dan sebagian besar layanan peringkat lainnya telah membagi hari kerja reguler menjadi terminologi yang disebut *day part*, berdasarkan kebiasaan orang-orang yang mendengarkan radio, terutama selama hari kerja (Warren, 2005).

Tabel I. 1 *Day Part*

No.	<i>Code Description</i>	<i>Days Time</i>
1	<i>Morning drive</i>	<i>6 AM – 10 AM</i>
2	<i>Mid-day</i>	<i>10 AM – 3 PM</i>
3	<i>Afternoon drive</i>	<i>3 PM – 7 PM</i>
4	<i>Evenings</i>	<i>7 PM – 12 AM</i>
5	<i>Overnight</i>	<i>12 AM – 6 AM</i>

(Sumber: Warren, 2005)

Prime time merupakan waktu dimana kebanyakan orang mendengarkan radio. Saat ini program yang disiarkan saat *prime time* adalah *Good to Great*. Karena program tersebut disiarkan saat *prime time* maka harus bagus sehingga radio dapat menarik iklan. Salah satu cara dalam mengatasi persoalan radio K-Lite mengenai menurunnya pendapatan dapat diselesaikan dengan meningkatkan program radio yang disiarkan saat *prime time*.

Survei pendahuluan dengan metode *in-depth interview* dilakukan pada bulan November 2019 untuk mengetahui informasi awal mengenai kesesuaian program Radio dan didapatkan beberapa tanggapan yang diberikan oleh responden yang merupakan pendengar program *Good to Great* Radio K-Lite dengan jumlah 13 responden.

Tabel I. 2 Data Tanggapan Pendengar Radio

No.	Tanggapan	Persentase Ketidaksesuaian
1	Musik yang diputar tidak sesuai kesukaan	76%
2	<i>News</i> yang disampaikan tidak aktual	92%
3	Materi <i>talk</i> tidak bervariasi	84%
4	Durasi sesi <i>In Spite Of</i> tidak panjang	76%
5	Penyiar terkesan monoton dan cenderung serius	62%

(Sumber: Wawancara Dengan Pendengar Radio, 2019)

Hasil dari survei pendahuluan pada Tabel I.2 dapat diketahui kekurangan terkait program Radio K-Lite dan berdasarkan hal tersebut, pihak Radio K-Lite ingin mengetahui program seperti apa yang sesuai oleh preferensi pendengar.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang ingin diselesaikan yaitu mengetahui program yang sesuai dengan preferensi atau keinginan pendengar. Permasalahan tersebut jika ditelusuri pada penelitian sebelumnya oleh Guillet & Kucukusta (2016), *tools* yang dapat digunakan untuk menentukan preferensi yaitu dengan menggunakan metode *conjoint analysis* dan untuk membentuk *cluster* dapat menggunakan metode *cluster analysis*. Perumusan masalah berdasarkan hal tersebut adalah sebagai berikut.

1. Apa saja kombinasi *stimuli* yang terbentuk dari atribut dan level atribut yang dianggap penting oleh pendengar?
2. Apa saja preferensi pendengar radio secara keseluruhan mengenai program radio yang ingin didengarkan?
3. Apa saja preferensi pendengar radio berdasarkan *cluster* yang terbentuk?
4. Apa saja perbandingan program berdasarkan preferensi pendengar radio dengan program yang dimiliki oleh Radio K-Lite?
5. Apa saja rekomendasi perbaikan program Radio K-Lite yang tepat agar dapat menarik pendengar?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi kombinasi *stimuli* yang terbentuk dari atribut dan level atribut.
2. Melakukan kalkulasi untuk menentukan preferensi pendengar radio secara keseluruhan mengenai program radio.
3. Melakukan kalkulasi untuk menentukan preferensi pendengar radio berdasarkan *cluster* yang terbentuk.

4. Membandingkan program berdasarkan preferensi pendengar radio dengan program yang dimiliki oleh Radio K-Lite.
5. Menyusun rekomendasi perbaikan kombinasi program Radio K-Lite yang tepat agar dapat menarik pendengar.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Responden dari penelitian ini adalah orang yang pernah mendengar program *Good to Great* Radio K-Lite.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di Bandung dengan waktu pengumpulan data kuesioner mulai dari bulan Februari 2020 – Maret 2020.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap rekomendasi program, tidak sampai pada tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat digunakan pihak Radio K-Lite untuk memperbaiki program yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar sehingga perbaikan tersebut menjadi lebih efektif.
2. Dapat digunakan sebagai panduan bagi pihak Radio K-Lite untuk menetapkan atribut program apa saja yang diprioritaskan untuk diperbaiki.
3. Dalam penelitian ini metode *conjoint analysis* dikombinasikan dengan metode *cluster analysis* sehingga memberikan informasi lebih bagi penelitian, sehingga dimungkinkan *conjoint analysis* dapat dikombinasikan dengan metode lain selain *cluster analysis*.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab I berisi mengenai tinjauan terhadap latar belakang pengambilan topik penelitian, perumusan masalah berdasarkan masalah yang terdapat pada perusahaan, tujuan penelitian yang ingin dicapai, batasan dalam melakukan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II berisi mengenai tinjauan pustaka yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian. Teori yang dibahas antara lain mengenai radio, *conjoint analysis* dan *cluster analysis*.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III berisi mengenai model konseptual yang menjelaskan tentang kerangka berpikir peneliti serta berisi perancangan sistematika penyelesaian masalah yang membahas mengenai langkah-langkah penelitian secara rinci dan berurutan.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab IV berisi mengenai langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner dan pengolahan data yang dilakukan menggunakan *software* SPSS 23.

Bab V Analisis Data dan Rekomendasi

Bab V berisi mengenai uraian analisis secara detail dari hasil pengumpulan dan pengolahan data pada bab sebelumnya. Penjelasan analisis mengenai pengolahan data terdiri dari pengolahan data kuesioner yang selanjutnya akan diolah lebih lanjut menggunakan *conjoint* dan *cluster analysis*. Hasil dari analisis tersebut akan digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab VI berisi mengenai kesimpulan terhadap penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya terkait preferensi pendengar Radio K-Lite.