

BAB I PENDAHULUAN

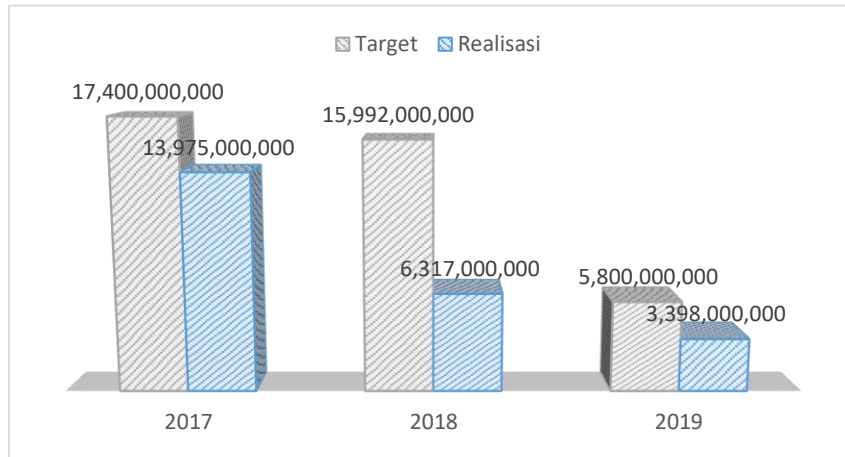
I.1 Latar Belakang

Radio K-Lite merupakan penyiaran radio swasta di Kota Bandung yang ditujukan bagi pendengar berusia 21-44 tahun. Radio K-Lite merupakan salah satu anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang berada di Jalan Sumur Bandung No.12 yang berdiri sejak tanggal 16 Juli 1970. Radio K-Lite berada pada frekuensi 107,1 FM. Dalam perkembangan teknologi, Radio K-Lite dapat diakses secara langsung melalui radio *tape* maupun melalui *streaming* pada aplikasi K-Lite FM Bandung dan aplikasi SVARA.

Perkembangan teknologi di era digital menghadirkan pilihan baru oleh Radio K-Lite dalam mengembangkan program siaran radio. Salah satu program yang disiarkan Radio K-Lite yaitu *Good to Great*. Program *Good to Great* mulai berjalan pada tanggal 30 September 2019. *Good to Great* menyajikan program berupa *variety show*. Program yang disiarkan tersebut memiliki format paduan yang memberikan informasi, edukasi, hiburan, dan memberikan inspirasi kepada pendengar serta dapat meng-*influence* pendengar radio. Program *Good to Great* disiarkan setiap hari Senin - Jumat pada pukul 06.00 WIB – 09.00 WIB. Target pendengar program *Good to Great* yaitu *academy, government, business* dan *community*.

Program *Good to Great* memiliki konten program yang terdiri dari *talk*, musik, iklan, *news*, dan *in spite of*. *Good to Great* disiarkan selama tiga jam dengan penayangan iklan sebanyak dua puluh tujuh kali. Materi *talk* yang dibahas diantaranya yaitu mengenai *entrepreneurship* dan kesehatan. Musik yang diputarkan yaitu musik-musik yang populer dari tahun 1980 hingga saat ini baik musik dari dalam negeri maupun luar negeri dengan berbagai *genre*. Lalu untuk *news* yang disampaikan yaitu mengenai kondisi lalu lintas terkini. Serta sesi *in spite of* yang disampaikan yaitu, kisah inspiratif untuk dijadikan motivasi bagi pendengar serta dapat meng-*influence* pendengar radio. Namun menurut pihak manajemen Radio K-Lite, belum diketahui kekurangan dari program *Good to Great* yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pendengar.

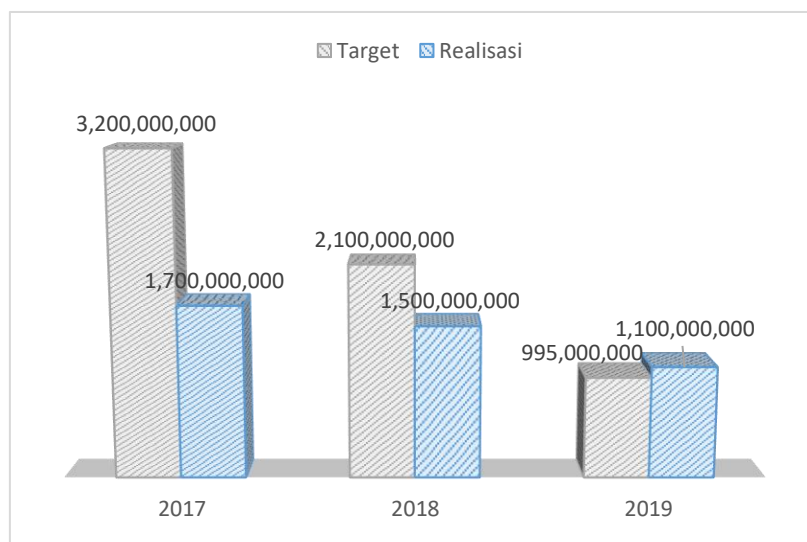
Penggalian informasi dilakukan wawancara kepada Direktur Utama Radio K-Lite pada tanggal 3 Oktober 2019 yang diperoleh data pendapatan total Radio K-Lite dan pendapatan iklan *on air* dalam tiga tahun terakhir sebagai berikut.



Gambar I.1 Pendapatan Total Radio K-Lite

(Sumber: Laporan Keuangan Radio K-Lite, 2019)

Pendapatan yang diperoleh dari tahun 2017 sampai 2019 tidak sesuai dengan target yang diinginkan oleh Radio K-Lite. Hal ini disebabkan program yang ditawarkan kurang diminati pendengar, sehingga menurunkan minat pemasang iklan *on air* pada Radio K-Lite. Pendapatan tersebut didapatkan dari iklan *offline* saat *event organizer*, iklan *online* yang disiarkan di media sosial Radio K-Lite serta iklan *on air* saat siaran berlangsung. Berikut merupakan pendapatan iklan *on air* Radio K-Lite pada Gambar 1.2.



Gambar I.2 Pendapatan Iklan *On Air* Radio K-Lite

(Sumber: Laporan Keuangan Radio K-Lite, 2019)

Pendapatan iklan *on air* Radio K-Lite yang belum sesuai target yang diinginkan Radio K-Lite. Penurunan pendapatan iklan *on air* yang didapatkan Radio K-Lite menunjukkan bahwa kemampuan Radio K-Lite dalam menarik iklan setiap tahunnya rendah.

Penyiaran program *Good to Great* berada saat *prime time*. *Prime time* merupakan waktu tertentu di mana banyak pendengar yang mendengarkan radio. *Prime time* terjadi saat *drive time*. *Drive time* terdiri dari dua bagian yaitu *morning drive* yang diyakini memiliki lebih banyak pendengar daripada *afternoon drive*. Kebiasaan orang-orang mendengarkan radio terutama hari kerja dapat disebut *day parts*, sehingga untuk penyedia layanan radio dapat menjadikan *day parts* sebuah peluang dalam memasang sebuah iklan (Warren, 2005). Berikut adalah tabel *day parts* sebagai peluang Radio K-Lite dalam menyiarkan radio.

Tabel I.1 *Day Parts*

No	<i>DaysTime</i>	<i>Code Description</i>
1	06.00 - 10.00	<i>Morning drive</i>
2	10.00 - 15.00	<i>Midday</i>
3	15.00 - 19.00	<i>Afternoon drive</i>
4	19.00 – 24.00	<i>Evenings</i>
5	24.00 – 06.00	<i>Overnight</i>

(Sumber: (Warren, 2005)

Program *Good to Great* menempati waktu *morning drive* yang berada saat *prime time*, sehingga menjadikan peluang oleh Radio K-Lite dalam memasarkan program *Good to Great* kepada pendengar dan pemasang iklan.

Survei lanjutan dilakukan menggunakan *in-depth interview*. Responden pada wawancara secara mendalam adalah responden yang mendengarkan program *Good to Great*. Hasil dari survei pendahuluan diambil lima presentase terbesar dari jawaban tiga belas responden, penilaian dari responden dapat dilihat pada Tabel I.2.

Tabel I.2 Data Keluhan Program *Good to Great* Radio K-Lite

No	Penilaian	Presentase
1	Musik yang diputar tidak sesuai kesukaan.	76%
2	Penyiar terkesan monoton dan cenderung serius.	62%
3	Materi <i>talk</i> tidak bervariasi.	84%
4	Durasi sesi <i>in spite of</i> tidak panjang.	76%
5	<i>News</i> yang disampaikan tidak aktual.	92%

(Sumber: Survei Pendahuluan, 2019)

Keluhan yang didapatkan dari pendengar menunjukkan bahwa kebutuhan pendengar *Good to Great* belum terpenuhi. Berdasarkan hal tersebut diperlukan analisis kebutuhan pendengar agar dapat meningkatkan kualitas program *Good to Great* Radio K-Lite.

I.2 Perumusan Masalah

Latar belakang dari permasalahan di atas, diperlukan identifikasi terkait kebutuhan pendengar. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Tan & Pawitra (2001), *tools* yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan adalah integrasi *service quality* dan model kano. Model kano digunakan untuk mengkategorikan atribut produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan pelanggan sedangkan *service quality* digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut kebutuhan layanan sehingga memperoleh nilai *gap* (kesenjangan) dari selisih antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kebutuhan pendengar berdasarkan dimensi *service quality*?
2. Apa saja atribut kebutuhan pendengar berdasarkan model kano?
3. Apa saja atribut kebutuhan yang menjadi *true customer needs* pada program *Good to Great*?
4. Apa saja rekomendasi perbaikan program *Good to Great* agar dapat menarik pendengar?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pendengar berdasarkan dimensi *service quality*.
2. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pendengar berdasarkan model kano.
3. Menyusun atribut kebutuhan yang menjadi *true customer needs* pada program *Good to Great*.
4. Menyusun rekomendasi perbaikan program *Good to Great* agar dapat menarik pendengar.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden untuk pengisian kuesioner penelitian diutamakan pada responden yang pernah mendengarkan program *Good to Great* Radio K-Lite minimal satu kali.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di Bandung dengan pengumpulan data kuesioner mulai bulan Februari 2020 – Maret 2020.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap rekomendasi, sehingga tidak sampai pada tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi oleh Radio K-Lite untuk memperbaiki program yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar.
2. Dalam penelitian ini menggunakan integrasi *service quality* dan model kano sehingga dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada pihak Radio K-Lite terhadap atribut kebutuhan yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan diprioritaskan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab I berisi mengenai uraian latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II berisi mengenai studi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, serta metode yang digunakan dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dibuat.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III berisi penjelasan model konseptual dan pemecahan masalah dari penelitian yang menggambarkan secara rinci pada sistematika penelitian, pengumpulan sumber data, pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab IV berisi penjelasan pelaksanaan pengumpulan data, pengolahan data, dan penggalan atribut. Proses pengumpulan data pada kuesioner *service quality* dan model kano.

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Bab V berisi penjelasan analisis dari hasil pengumpulan data dan pengolahan atribut kuesioner *service quality*, model kano, dan integrasi *service quality* dan model kano. Hasil dari pengolahan data tersebut dilengkapi dengan rekomendasi perancangan yang ditunjukkan pada program *Good to Great* Radio K-Lite atas rekomendasi *true customer needs*.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab VI berisi penjelasan kesimpulan mengenai penelitian yang telah dilakukan dan saran yang ditunjukkan bagi penelitian selanjutnya yang mempunyai masalah serupa.