

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Bandung yang didirikan pada 1 April 1906 merupakan kota terbesar dari segi jumlah penduduk di provinsi Jawa Barat yang sekaligus menjadi ibukota dari provinsi tersebut. Bandung terletak di 140 km arah tenggara dari kota Jakarta. Berikut di bawah ini adalah lambang serta visi dan misi kota Bandung.

Gambar 1.1

Lambang Kota Bandung



Sumber: www.bandung.go.id

Visi Kota Bandung:

Terwujudnya kota Bandung sebagai kota jasa yang
BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Taat, dan Bersahabat).

Misi Kota Bandung:

1. Mengembangkan sumber daya manusia yang handal, yang religius, yang mencakup pendidikan, kesehatan dan moral keagamaan.
2. Mengembangkan perekonomian kota yang adil, yang mencakup peningkatan perekonomian kota yang tangguh, sehat dan berkeadilan dalam rangka meningkatkan pendapatan

- masyarakat, menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.
3. Mengembangkan sosial budaya kota yang ramah dan berkesadaran tinggi, serta berhati nurani, yang mencakup peningkatan partisipasi masyarakat dalam rangka meningkatkan ketenagakerjaan, meningkatkan kesejahteraan sosial, keluarga, pemuda dan olah raga serta kesetaraan *gender*.
 4. Meningkatkan penataan kota, yang mencakup pemeliharaan serta peningkatan prasarana dan sarana kota agar sesuai dengan dinamika peningkatan kegiatan kota dengan tetap memperhatikan tata ruang kota dan daya dukung lingkungan kota.
 5. Meningkatkan kinerja pemerintah kota secara professional, efektif, efisien, akuntabel dan transparan, yang mencakup pemberdayaan aparatur pemerintah dan masyarakat.
 6. Mengembangkan sistem keuangan kota, mencakup sistem pembiayaan pembangunan yang dilaksanakan pemerintah, swasta dan masyarakat (sumber: www.bandung.go.id).

Berdasarkan data dari oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung Tahun 2012 (2012:48-51), kota Bandung terdiri dari 30 kecamatan dan 151 kelurahan dengan jumlah penduduk 2.424.957 orang. 1.194.342 orang adalah perempuan dan 1.230.615 adalah laki-laki. Terdapat 105 Sekolah Menengah Atas dan 84 Sekolah Menengah Kejuruan di kota Bandung dengan jumlah 55.089 siswa yang tersebar di 30 kecamatan, dan lebih dari 117 perguruan tinggi, baik negeri dan swasta.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan informasi dan hiburan bagi masyarakat menjadikan media massa sebagai perantara yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Menurut Dominick (2009:13), media adalah alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima, sedangkan media massa adalah media yang digunakan dalam komunikasi massa. Berbagai macam jenis media massa pun bermunculan, baik media elektronik seperti televisi dan radio, media cetak seperti surat kabar dan majalah.

Morissan (2009:1-3) menjelaskan bahwa salah satu media massa yang paling lama bertahan adalah radio yang ditemukan pertama kali pada tahun 1887 ketika seorang ahli fisika dari Jerman berhasil mengirim dan menerima gelombang radio, kemudian mulai dipakai sebagai media komunikasi massa pada tahun 1920 di Amerika Serikat. Meski saat ini telah memasuki era multimedia, dimana banyak media baru yang bermunculan dengan teknologi lebih canggih dan maraknya penggunaan internet, radio tetap bertahan hingga sekarang. Bertahannya radio hingga saat ini dikarenakan kemampuan radio sebagai media massa yang dapat menyampaikan informasi atau hiburan dengan cepat dan menjangkau daerah-daerah pelosok.

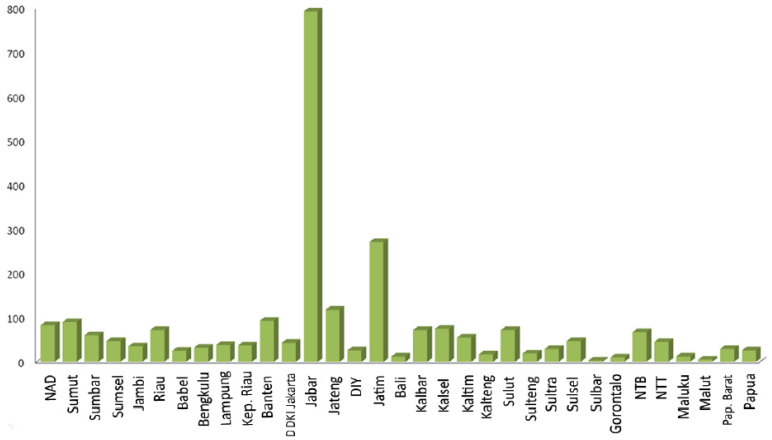
Seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana (dalam Romli, 2009:8) kekuatan radio siaran terletak pada tiga faktor, yaitu faktor daya langsung, daya tembus, dan daya tarik. Daya langsung siaran radio dikarenakan proses penyampaian pesan pada pendengar yang lebih cepat, bahkan dapat menginformasikan disaat peristiwa berlangsung. Tidak seperti media cetak yang proses pembuatan informasi hingga dapat diterima oleh khalayak membutuhkan proses lebih panjang. Daya tembus radio siaran dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan,

dimana frekuensi radio dapat diterima hingga ke pelosok. Yang ketiga adalah daya tarik yang dimiliki radio, dengan pesawat radio yang relatif lebih kecil dan murah, radio dapat memberikan hiburan, informasi, hingga pendidikan dengan musik, kata-kata, dan efek suara. Kelebihan radio dibanding media lain inilah, yang menjadi faktor bertahannya radio hingga saat ini.

Berdasarkan data yang diperoleh Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia atau PRSSNI tahun 2011, sejak adanya UU No.32 Tentang Penyiaran, secara kuantitatif terjadi lonjakan jumlah stasiun radio di Indonesia. Tahun 1998 kurang dari 1000 stasiun radio di Indonesia, dan diakhir 2010 tercatat 2590 lembaga penyiaran radio yang tercatat di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Jumlah stasiun radio ini juga diperkirakan melonjak karena ada penambahan kanal FM, yang semula berjumlah 3.297 menjadi 8.210 berdasarkan Peraturan Menteri Kominfo No.13 Tahun 2010 tentang revisi KM No.15 Tahun 2003 (sumber: www.radioprssni.com).

Pada Laporan Tahunan Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2010, dari 2.458 pemohon izin penyelenggaraan penyiaran radio se-Indonesia, hampir 800 pemohon izin berasal dari provinsi Jawa Barat. Angka ini jauh lebih banyak dibanding provinsi lainnya (sumber: www.kpi.go.id).

Gambar 1.2
 Jumlah Pemohon Izin Penyelenggaraan Penyiaran Radio
 Seluruh Indonesia Tahun 2010



sumber: Laporan Tahunan Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2010

Melihat kondisi bahwa jumlah stasiun radio di Jawa Barat menjadi yang terbanyak dibanding provinsi lainnya, tercatat 63 stasiun radio swasta yang tercatat di Direktorat Politik dan Komunikasi Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. Dari seluruh stasiun radio tersebut, sebagian besar berada di Kota Bandung dengan jumlah 32 stasiun radio (sumber: www.ditpolkom.bappenas.go.id).

Melihat banyaknya jumlah stasiun radio di Kota Bandung, persaingan di bisnis radio dalam kategori semua segmen pun semakin ketat, padahal jumlah pendengar radio mengalami penurunan. Berdasarkan data yang didapat oleh PRSSNI dari A.C. Nielsen disebutkan bahwa angka rata-rata kecenderungan jangkauan radio ke

pendengar atau *radio listenership* dari tujuh kota besar di Indonesia menurun dari 60% di tahun 2008 menjadi 48% di tahun 2010. Pada tabel 1.2, dapat diketahui bahwa di kota Bandung saja, *radio listenership* di awal tahun 2008 sebesar 62%, kemudian menurun menjadi 50%. Sama halnya dengan TSL atau *Time Spent Listening* yang dapat dilihat pada tabel 1.2, yaitu rasio pengukuran lamanya pendengar mendengarkan stasiun radio. TSL Kota Bandung pada tahun 2008 yang semula sebesar 23.25 jam perminggu menurun menjadi 20.09 jam perminggu pada tahun 2010 (sumber: www.radioprsssni.com),

Tabel 1.2
Radio Listenership

| Kota | | 2010 | | | | 2009 | | | | 2008 | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | W4 | W3 | W2 | W1 | W4 | W3 | W2 | W1 | W4 | W3 | W2 | W1 |
| Jakarta | Reach | 47% | 46% | 46% | 48% | 47% | 50% | 50% | 51% | 53% | 58% | 59% | 59% |
| | TSL | 17.20 | 18.14 | 18.58 | 18.14 | 17.20 | 18.19 | 18.28 | 18.49 | 20.58 | 21.15 | 21.26 | 21.21 |
| Medan | Reach | 45% | 45% | 49% | 49% | 57% | 56% | 58% | 58% | 59% | 60% | 62% | 66% |
| | TSL | 12.10 | 13.28 | 16.15 | 19.52 | 22.59 | 21.34 | 20.43 | 19.19 | 18.05 | 19.59 | 21.19 | 21.30 |
| Makassar | Reach | 50% | 54% | 60% | 63% | 65% | 62% | 57% | 54% | 55% | 59% | 67% | 70% |
| | TSL | 19.31 | 18.37 | 19.17 | 17.54 | 18.46 | 19.27 | 18.40 | 18.47 | 20.06 | 20.36 | 22.33 | 20.21 |
| Surabaya | Reach | 48% | 48% | 53% | 57% | 57% | 60% | 60% | 54% | 58% | 60% | 61% | 62% |
| | TSL | 16.16 | 17.25 | 19.10 | 20.28 | 21.25 | 20.53 | 21.25 | 24.24 | 22.51 | 24.36 | 26.43 | 26.08 |
| Semarang | Reach | 45% | 47% | 50% | 54% | 60% | 58% | 57% | 54% | 54% | 58% | 60% | 63% |
| | TSL | 21.06 | 17.55 | 16.23 | 18.17 | 18.12 | 17.44 | 19.50 | 18.42 | 18.33 | 19.36 | 19.19 | 19.42 |
| Yogyakarta | Reach | 52% | 58% | 60% | 63% | 68% | 71% | 73% | 72% | 71% | 72% | 70% | 67% |
| | TSL | 15.56 | 16.56 | 18.10 | 17.53 | 19.47 | 20.42 | 21.50 | 22.01 | 20.56 | 19.54 | 18.51 | 19.46 |
| Bandung | Reach | 50% | 50% | 53% | 55% | 54% | 58% | 58% | 52% | 56% | 68% | 56% | 62% |
| | TSL | 20.09 | 17.49 | 18.26 | 20.27 | 23.19 | 24.38 | 27.17 | 28.08 | 27.53 | 22.33 | 22.17 | 23.25 |

sumber: Program Umum PRSSNI Tahun 2011

Mengacu pada artikel di website www.media.kompasiana.com yang diakses pada 15 November 2012, disebutkan bahwa berdasarkan survey yang dilakukan oleh lembaga MARS, salah satu lembaga riset Indonesia, dari 8 kota survey yaitu, Jakarta, Makassar, Balikpapan, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, dan Palembang diketahui mayoritas pendengar radio berasal dari mayoritas kelompok muda usia 18-25

tahun. Penduduk kota Bandung sendiri menurut kelompok umur pada tahun 2011 dapat dilihat berdasarkan tabel 1.3.

Tabel 1.3

Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur Tahun 2011

| No | Kelompok Umur | Laki-Laki | Perempuan | Total |
|----|---------------|-----------|-----------|---------|
| 1 | 0-4 | 107.470 | 102.001 | 209.471 |
| 2 | 5-9 | 107.571 | 101.349 | 208.920 |
| 3 | 10-14 | 96.517 | 93.047 | 189.564 |
| 4 | 15-19 | 110.010 | 112.628 | 222.638 |
| 5 | 20-24 | 128.532 | 121.678 | 250.210 |
| 6 | 25-29 | 130.519 | 120.388 | 250.907 |
| 7 | 30-34 | 115.963 | 107.334 | 223.297 |
| 8 | 35-39 | 100.496 | 95.308 | 195.804 |
| 9 | 40-44 | 85.834 | 83.846 | 169.680 |
| 10 | 45-49 | 69.880 | 71.280 | 141.160 |
| 11 | 50-54 | 59.367 | 58.768 | 118.135 |
| 12 | 55-59 | 45.477 | 42.668 | 88.145 |
| 13 | 60-64 | 26.754 | 28.116 | 54.870 |

| | | | | |
|----|------------|-----------|-----------|-----------|
| 14 | 65-69 | 20.972 | 22.887 | 43.859 |
| 15 | 70-74 | 13.478 | 15.354 | 28.832 |
| 16 | 75 ke atas | 11.775 | 17.690 | 29.465 |
| | Jumlah | 1.230.615 | 1.194.342 | 2.424.957 |

sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2012:51)

Berdasarkan tabel 1.3, penduduk dengan kelompok umur 20-24 tahun menjadi yang kelompok umur dengan jumlah terbanyak di kota Bandung, dan kelompok umur 15-19 tahun menempati peringkat keempat. Dalam dua kelompok umur tersebut, dapat diperkirakan bahwa sebagian besar pekerjaan di kelompok umur tersebut adalah pelajar SMA dan mahasiswa. Di kota Bandung sendiri, terdapat 189 SMA dan SMK, baik negeri maupun swasta, dan 117 perguruan tinggi, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kota Bandung (2012:78).

Peluang yang dapat dilihat dari pendengar radio berdasarkan data yang diperoleh menjadikan radio-radio di kota Bandung mulai menggarap pasar di segmen pelajar SMA dan mahasiswa. Menurut Kotler & Keller (2012:170), perusahaan dapat mendesain dan mengaplikasikan strategi yang dapat merangsang ketertarikan konsumen terhadap produk dengan memahami preferensi konsumen. Sedangkan preferensi adalah pilihan kesukaan, kecenderungan, atau hal yang didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan, atau hal untuk di dahulukan, diprioritaskan dan diutamakan daripada yang lain. Preferensi pendengar terhadap stasiun radio dipengaruhi oleh faktor-faktor yang merupakan atribut dari karakteristik suatu stasiun radio. Sehingga perlu

bagi stasiun radio yang ingin mengambil pasar anak muda untuk membuat strategi yang dapat menarik pendengar di segmen tersebut.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul “Analisis Preferensi Pendengar Radio Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Pelajar SMA dan Mahasiswa)”

1.3 Perumusan Masalah

Topik utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang preferensi pendengar pelajar SMA dan mahasiswa dalam memilih stasiun radio yang ada di kota Bandung. Berdasarkan metode yang digunakan, maka topik tersebut dirumuskan ke dalam pertanyaan sebagai berikut:

"Bagaimana preferensi pendengar radio di Kota Bandung?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penulis menetapkan tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah mengetahui preferensi pendengar radio di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi banyak pihak, diantaranya penulis, perusahaan yang bergerak di bidang bisnis radio, dan pihak lain yang membutuhkan informasi yang terkait dengan penelitian. Kegunaan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan penulis dapat menggunakan wawasan dan pengetahuannya selama kuliah untuk dapat diaplikasikan dalam keadaan sebenarnya serta dapat melatih menganalisis masalah secara sistematis dan konseptual.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi perusahaan khususnya yang bergerak dalam bisnis radio.

Kegunaannya diantara lain adalah :

- a. Sebagai referensi melihat tren dalam media penyiaran khususnya dalam preferensi konsumen dalam memilih stasiun radio.
- b. Mengembangkan strategi siaran radio dengan melihat kecenderungan dari tingkat preferensi pendengar di segmentasi pelajar dan mahasiswa.

3. Kegunaan Umum

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan dan tertarik terhadap bahasan ini guna penelitian atau keperluan lainnya untuk kajian-kajian di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.