

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1

Logo DJ Arie *Public Speaking and broadcasting school*

Sumber : djarieschool.com (2021)

DJ Arie *Public Speaking School and Broadcasting* merupakan sekolah *public speaking and broadcasting* pertama di Kota Bandung yang berdiri sejak tahun 2004, memiliki lokasi di Jl.Tamansari No. 42A Bandung letaknya di Lt.2 Ruko yakni kantor sekaligus kelas, didirikan oleh Arie Ardianto yakni seorang yang berkecimpung di dunia komunikasi sejak tahun 1992.

DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting* terbentuk dilatarbelakangi oleh DJ Arie yang optimis terhadap potensi kepenyiaran pada generasi muda Indonesia, dan ia ingin membagikan ilmu kepada murid-muridnya. DJ Arie *Public Speaking School and Broadcasting* sudah berdiri selama 17 tahun dan pada tahun 2021 sudah terdapat 205 *batch* yang bergabung dan menjadi bagian dari DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting school*. Dalam DJ Arie terdapat kelas reguler, dimana kelas ini hadir

pada hari senin-jumat. Jadwal pertemuannya ialah 2x seminggu dengan total pertemuan yakni 20x. Segmentasi dari muridnya sendiri ialah siswa SMA sederajat - 40 tahun. Adapun *training* yang disajikan oleh DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* yakni:

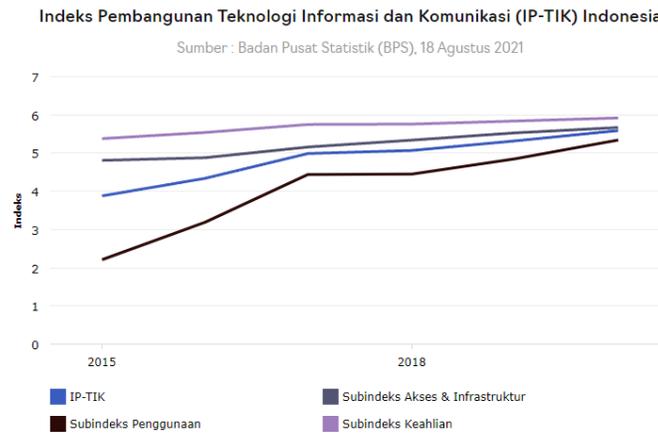
Tabel 1.1
Training Materials

| No | <i>Training Materials</i> |
|-----|---|
| 1. | <i>How to be you</i> |
| 2. | <i>Theater of Mind</i> |
| 3. | <i>Radio Announcing Skills</i> |
| 4. | <i>Vocal Expression</i> |
| 5. | <i>How to Persuade</i> |
| 6. | <i>Overcoming Stage Fright</i> |
| 7. | <i>How to Attract Audience</i> |
| 8. | <i>Presentation Skills</i> |
| 9. | <i>Effective Online Presentation</i> |
| 10. | <i>Voice Over</i> |
| 11. | <i>Reporting</i> |
| 12. | <i>How to Impress</i> |
| 13. | <i>Elevator/ Sales Pitch</i> |
| 14. | <i>Master of Ceremony</i> |
| 15. | <i>Tv Presenter</i> |
| 16. | <i>Content Creator for Sosial Media</i> |
| 17. | <i>How to Start a Podcast</i> |

Sumber : djarieschool.com (2021)

Dalam *training material* atau bahan pokok ajar yang diberikan terdapat 17 materi pengembangan diri untuk *public speaking* dan *broadcasting*. Dimana murid diajarkan secara langsung oleh *trainer* secara satu persatu untuk mempraktikan materi tersebut secara langsung dihadapan murid lainnya, hal ini dilakukan supaya murid dapat mengembangkan kepercayaan dirinya di depan *public*, sementara untuk waktu pemberian materi secara keseluruhan yakni berkisar 2,5 jam hingga 3 jam pembelajaran.

1.2 Latar Belakang Penelitian



Gambar 1.2
(IP-TIK) Indonesia
Sumber : Bps.go.id (2021)

Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia diukur melalui indikator 1-10. Tercatat pada 2018 sebesar 5,07 dan meningkat pada 2019 sebesar 5,32, pada tahun 2020 mengalami peningkatan nilai sebesar 5,59 atau naik sebesar 5%. Peningkatan pada tahun 2020 di latarbelakangi karena adanya kenaikan subindeks seperti subindeks akses serta infrastruktur yang mengalami peningkatan dari 5,53 menjadi 5,67. Subindeks meliputi jumlah pelanggan dari telepon tetap serta seluler, *bandwidth* internet, dan persentase rumah tangga yang menggunakan internet dan komputer (Databoks.katadata.co.id, 2021).

Dengan pesatnya teknologi internet, kita dapat mengemukakan ide gagasan maupun solusi secara *online*, tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Melalui hal tersebut maka terbentuklah *public speaking* 4.0 yang memiliki konsep dalam memanfaatkan teknologi sebaik mungkin untuk dapat menyampaikan gagasan dengan ringkas. Keterampilan melalui *public speaking* memainkan peran penting dalam aspek kehidupan baik dalam kehidupan pendidikan, pekerjaan, bisnis hingga pemerintahan, kemampuan ini dinilai sama pentingnya dengan kemampuan

akademis, dalam upaya mencetak SDM yang unggul di kalangan masyarakat (Rendy, 2021).

Pembelajaran *public speaking* umumnya bersamaan dengan pembelajaran *broadcasting* sebagai media penunjang. *Broadcasting* yakni keseluruhan proses dalam mengirimkan informasi maupun pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, agar dapat diterima secara serentak oleh masyarakat menggunakan perangkat penerima siaran seperti proses pemancaran elektromagnetik (Bahri, 2019). Pelatihan *public speaking* maupun *broadcasting* dapat dipelajari baik secara formal maupun informal. Untuk pelatihan secara formal didapatkan melalui pembelajaran dari universitas, seperti pada jurusan humas atau ilmu komunikasi dan biayanya cenderung lebih mahal. Jika pendidikan informal lebih menjurus terhadap lembaga pelatihan *public speaking* dan *Broadcasting*, umumnya lembaga pelatihan ini lebih fleksibel dan tidak terikat, serta jangka waktunya cenderung singkat (Elsya, 2021).

Daftar pelatihan *Public Speaking* dan *Brodacasting* di Indonesia dan layanannya, diantaranya :

Tabel 1.2

Daftar Pelatihan *Public Speaking* dan *Broadcasting* di Indonesia

| No. | Nama Lembaga <i>Public Speaking</i> | Tahun berdiri | Lokasi | Harga | layanan | | <i>Follower</i> Instagram | <i>Followers</i> Twitter | <i>Subscriber</i> Youtube |
|-----|---------------------------------------|---------------|---------------------|-------------------------|---------------|----------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| | | | | | <i>Online</i> | <i>Offline</i> | | | |
| 1. | Dj Arie <i>Public Speaking School</i> | 2004 | Bandung | Rp. 790.000 - 3.000.000 | V | V | 7.317 | 12.100 | - |
| 2. | Ganesha <i>Public Speaking</i> | 2009 | Bandung | RP.2.500.000 | V | V | 15.100 | - | 1.006 |
| 3. | Merry Riana <i>Learning</i> | 2014 | Jakarta, Tangerang, | Rp.200.000 /pertem | V | V | - | - | - |

(bersambung)

(sambungan)

| | | | | | | | | | |
|----|---|------|--|------------------|---|---|--------|------|--------|
| | <i>Center</i> | | Surabaya | uan | | | | | |
| 4. | Numberone <i>Broadcasting</i> | 2008 | Bandung | Rp. 2.500.000 | - | V | 1.171 | 1196 | 1 |
| 5. | <i>Public Speaking Academy</i> | 2012 | Jakarta, Surabaya, Semarang, Bandung | RP. 3.500.000 | V | V | 12,500 | | - |
| 6. | <i>Public Speaking Semarang</i> | 2009 | Semarang | Rp.1.500.000 | - | V | 595 | - | - |
| 7. | Tantowi Yahya <i>Public Speaking School</i> | 2009 | Jakarta | Rp.3.136.000 | V | V | 6.155 | - | 303 |
| 8. | Speaking.Id | 2019 | Solo Baru, Jawa Tengah | - | V | V | 15.100 | - | - |
| 9. | Presenta | 2015 | Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta | - | V | V | 764 | - | 71.002 |
| 10 | Kelasbicara.com | 2021 | Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Surabaya | 499.000 | V | - | 58.500 | - | - |

Sumber : Data yang telah diolah (2021)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa saat ini terdapat banyak pelatihan *public speaking* dan *Broadcasting* di Indonesia, baik yang sudah berdiri sejak lama seperti Dj Arie *Public Speaking and Broadcasting School* yang sudah berdiri dari tahun 2004 hingga pelatihan *public speaking* baru seperti kelasbicara.com yang berdiri tahun 2021. Dengan perkembangan teknologi internet membuat pelatihan

public speaking and broadcasting school tidak hanya menyajikan pelatihan secara *offline* saja, tetapi sekarang mulai mengubah ke pelatihan secara *online* (Ghozi, 2021). Menanggapi terkait dengan adanya perubahan pembelajaran tersebut maka sudah terdapat beberapa pelatihan *public speaking* dan *broadcasting school* yang melakukan kelas *online* secara maksimal disamping kelas *offline*, Berikut adalah rangkuman penyedia kelas *online* dimulai dari yang sudah secara maksimal hingga yang tidak menerapkan kelas *online* sama sekali, yakni sebagai berikut:

Tabel 1.3
Penerapan Kelas Online Lembaga *Public Speaking and Broadcasting*

| Sudah Maximal dalam pelatihan <i>online</i> | Belum Maximal dalam pelatihan <i>online</i> | Tidak menerapkan pelatihan <i>online</i> |
|---|--|--|
| Ganesha <i>Public Speaking</i> | Dj Arie <i>Public Speaking and Broadcasting School</i> | Number one <i>Broadcasting</i> |
| Presenta | Merry Riana <i>Public Speaking</i> | <i>Public Speaking</i> Semarang |
| <i>Public Speaking</i> Academy | | |
| Tantowi Yahya <i>Public Speaking</i> | | |
| Speaking.id | | |
| Kelasbicara.com | | |

Sumber : Data yang telah diolah (2021)

Indikator yang digunakan untuk melihat pelatihan lembaga *public speaking* dan *broadcasting* yang menggunakan indikator *online* secara maksimal ialah melalui pemasaran yang dilakukannya, seperti melakukan *branding* pelatihan secara *online* di *website* ataupun di berbagai media sosialnya dan memiliki kelas khusus *online* yang rutin dilakukan dan memiliki rasio yang lebih sering dilakukan dari pada pelatihan secara *offline*, sedangkan yang belum secara maksimal melakukan pelatihan secara *online* ialah ia tidak melakukan *branding* secara maksimal di *website* ataupun *social* medianya dan juga dan tidak sering dalam membuka kelas secara *online*, sedangkan yang tidak menggunakan pelayanan *online* sama sekali memang ia tidak sama sekali melakukan pelatihan secara *online*. **Dari Tabel 1.3** diatas dapat dilihat bahwa terdapat 2 lembaga pelatihan *Public Speaking* yang masih belum mengoptimalkan

kelas secara *online* dan lebih menguatkan kelas secara *offlinenya*, salah satunya ialah Dj Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.

Untuk *social media*-nya DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* hanya menggunakan Instagram dan juga Twitter atas nama “DJ Arie *School*”. Tetapi untuk *personal branding* dari Kang Ariena sendiri atau yang lebih dikenal sebagai DJ Arie yakni menggunakan Tiktok, Instagram dan Youtube atas nama “DJ Arie”. Perbedaannya untuk *social media* yang bernama DJ Arie *School* ialah untuk sarana dokumentasi selama melakukan kegiatan pembelajaran yang ada. Sementara *social media* yang bernama DJ Arie ialah akun personal Mas Arie yang tidak terlepas dari pembelajaran terkait dengan *public speaking school* yang ada, yang nantinya juga sebagai pendukung terkait dengan adanya DJ Arie *Public speaking and Broadcasting School* (Albana, 2022).



Gambar 1.3

Social media DJ Arie School

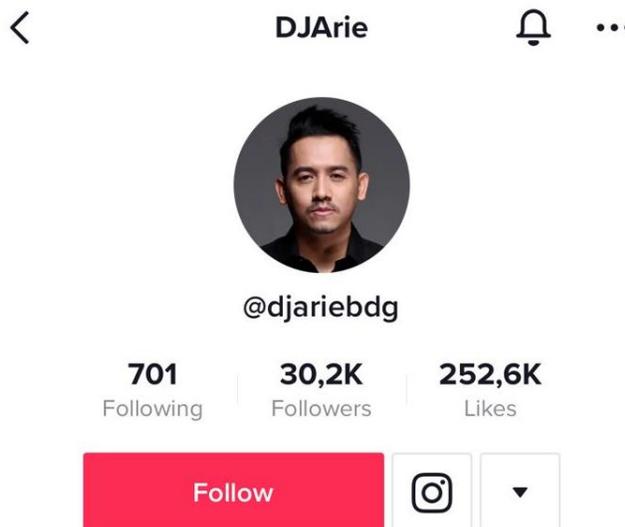
Sumber : Instagram DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting* (2021)



Gambar 1.4

Twitter DJ Arie School

Sumber : Twitter DJ Arie Public Speaking and Broadcasting (2021)



Gambar 1.5

Tiktok DJ Arie

Sumber : Tiktok DJ Arie (2021)



Gambar 1.6
Youtube DJ Arie
Sumber : Youtube DJ Arie (2021)

Melalui penggunaan *social media yang dilakukan, branding* konten *social media* pribadi Mas Arie saja tidak cukup dalam menunjang atau dijadikan sebagai pemasaran utama yang dilakukan untuk DJ Arie *public speaking and broadcasting school*, terlebih dapat dilihat bahwa DJ Arie *public speaking and broadcasting school* secara *official* atau akun resmi dari *school-nya* hanya melakukan *branding* atau pemanfaatan *social media* melalui Instagram, dikarenakan *social media* Twitter terakhir aktif pada agustus 2021, sementara untuk instagramnya tidak secara konsisten dalam melakukan upload konten dan hanya digunakan sebagai media penginformasian pembelajaran bukan berisi terkait dengan konten-konten utama pemasaran dalam meraih target *market* secara efektif.

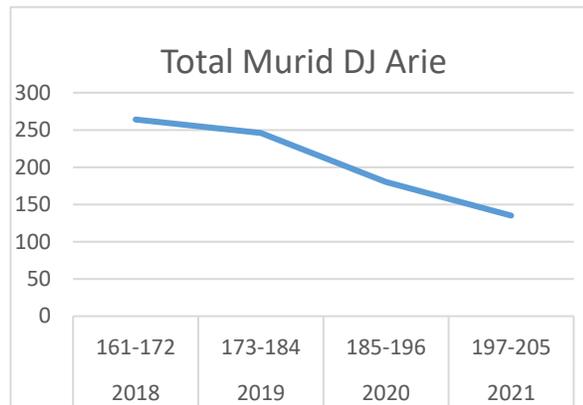
Disamping melihat *social medianya*, saat ini aspek manajemennya terutama aspek POLC (*Planning, Organizing, Leading dan Controlling*) dipegang secara penuh oleh Mas Arie selaku *owner dari DJ Arie Public Speaking and Broadcasting School*, sehingga masih sulit dalam melakukan pengembangan binsisnya karena semuanya dilakukan sendiri walaupun ada beberapa yang dibantu oleh mas Ghozi selaku pihak manajer tetapi hal tersebut juga dilakukan pengawasan penuh oleh Mas Arie. Dalam melaksanakan manajemennya sendiri Mas Arie mengakui bahwa ia merupakan seorang yang memiliki *background* di dunia *public speaking and broadcasting* bukan dari manajemen sehingga terdapat beberapa kendala yang terjadi (Ardianto, 2022).

Bersamaan dengan itu diketahui bahwa dalam 3 tahun terakhir terjadi penurunan murid DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* yakni periode 2018-2021.

Tabel 1.4
Data Murid DJ Arie *Public Speaking* Periode 2018-2021

| Tahun | Urutan Batch | Total Murid DJ Arie |
|-------|--------------|---------------------|
| 2018 | 161-172 | 264 |
| 2019 | 173-184 | 246 |
| 2020 | 185-196 | 180 |
| 2021 | 197-205 | 135 |

Sumber : Data yang telah diolah (2021)



Gambar 1.7

Grafik Penurunan Jumlah Murid DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*

Sumber : Data yang telah diolah (2021)

Dari data diatas menjelaskan secara rinci dalam tiga tahun terakhir terjadi penurunan dari jumlah murid di DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*. Penurunan yang paling signifikan terjadi saat pandemi, dimana pada tahun 2018-2019 jumlah peserta di kelas pada setiap *batch* berkisar 17-21, tetapi saat pandemi di tahun 2020-2021 mengalami penurunan signifikan sekitar 12-15 murid pada setiap *batch*nya.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, Dj Arie *Public Speaking and Broadcasting School* tidak secara maksimal dalam melakukan kelas *online*, sementara di satu sisi perkembangan teknologi internet terus berkembang dan jika dilihat dari persaingan, saat ini banyak bermunculan pesaing di bidang lembaga kursus *public speaking and broadcasting school* yang telah lengkap melakukan kelas *online* dan kelas *offline*. Disamping itu, DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* secara *official* atau akun resmi sosial medianya hanya menggunakan Instagram dan kurang efektif dalam menyasar target market, Selain itu dari segi manajemennya DJ Arie masih mengelola aspek manajemen POLC secara individu ditambah lagi beliau bukan merupakan ahli di bidang manajemen. Hal-hal tersebut secara langsung berdampak terhadap penurunan murid DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting school* selama 3 tahun yakni periode 2018-2021. Maka dari itu, dibutuhkan analisis strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan oleh Dj Arie *Public Speaking School and Broadcasting School*.

Dalam strategi pemasaran, bauran pemasaran menjadi hal yang penting dikarenakan menyangkut elemen yang ada dalam perusahaan seperti *elemen product, place, price* dan *promotion*. selain itu, dalam mengidentifikasi pemasaran dibutuhkan analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal berguna dalam melakukan identifikasi terkait dengan kelemahan dan kekuatan yang ada dalam perusahaan, sementara analisis lingkungan eksternal digunakan untuk melihat peluang serta ancaman yang ada. Sehingga nantinya DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* dapat menghasilkan strategi pemasaran yang terpadu dan diharapkan dapat mencari posisi pemasaran yang paling menguntungkan, maka dari itu DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* juga harus mampu melakukan identifikasi analisis internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka diambil judul penelitian ini “**Analisis Strategi Pemasaran DJ Arie Public Speaking and Broadcasting School**” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi internal DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*?
2. Bagaimana kondisi eksternal DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*?
3. Bagaimana strategi bisnis DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*?
4. Bagaimana strategi *marketing* DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Maka dapat dilakukan identifikasi terkait dengan tujuan dari penelitian, sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi internal DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.
2. Mengetahui kondisi Eksternal DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.
3. Mengetahui strategi bisnis DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.
4. Mengetahui strategi *marketing* DJ Arie *Public Speaking and Broadcasting School*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam aspek praktis yakni sebagai berikut:

1. Bagi pihak DJ Arie *Public Speaking and Broadcastig School* dapat membantu dalam memberi masukan dan pertimbangan dalam melakukan implementasi strategi pemasaran.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menjadi bahan referensi yang mendukung jika mengangkat topik terkait strategi pemasaran.
3. Bagi peneliti dapat menambah pemahaman terkait dengan strategi pemasaran dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana dalam teori yang menambah wawasan.

1.5.2 Aspek Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam aspek akademis dengan memberikan wawasan bagi mahasiswa dan peneliti terkait dengan strategi pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah:

a. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan terkait dengan penjelasan umum yang ringkas serta padat dalam menggambarkan isi penelitian. Meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memaparkan mengenai teori yang dimulai dari umum ke khusus, dilengkapi dengan penelitian terdahulu lalu dibuat kerangka pemikiran dan diakhiri hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III berisi terkait dengan pendekatan, metode, teknik yang digunakan dalam pengumpulan dan analisis terkait temuan yang digunakan sebagai jawaban dari masalah penelitian. Umumnya meliputi terkait dengan uraian yang berisi: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Tahap Penelitian, Situasi Sosial, Pengumpulan Data dan Sumber Data, Teknik Sampling, Teknik Analisis Data, dan Teknik Keabsahan Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dilakukan pembahasan mengenai hasil yang didapatkan dari penelitian yang nantinya akan dilakukan penjabaran dengan sistematis serta sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan akan disajikan pada sub judul tersendiri. Meliputi: penjabaran hasil penelitian pada bagian pertama lalu pada bagian selanjutnya memaparkan terkait dengan pembahasan maupun analisis hasil penelitian. Dalam melakukan pembahasan disarankan untuk melakukan analisis hasil data setelah itu diinterpretasikan dan dilakukan penarikan kesimpulan. Apabila dilakukan dengan perbandingan jurnal dahulu ataupun landasan teori akan lebih relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir berisi terkait dengan kesimpulan mengenai keseluruhan jawaban dari pertanyaan penelitian yang nantinya akan dilanjutkan sebagai saran dalam penelitian terkait dengan manfaat dari penelitian.