

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada dasarnya setiap perusahaan dalam menjalankan setiap aktivitasnya mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan, karena di dalam memperoleh keuntungan tersebut banyak tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan karena mengingat persaingan semakin ketat dengan adanya perusahaan-perusahaan yang sejenis.

Perkembangan media elektronik dewasa ini telah berkembang pesat, dimana sekarang persaingan antara media elektronik semakin kompetitif. Salah satu dari media elektronik tersebut adalah radio. Di dalam media ini terjadi suatu komunikasi nonpersonal yang menyampaikan pesan tanpa melakukan kontak atau interaksi pribadi. Disamping itu radio mampu menawarkan hal-hal yang luar biasa yang mampu menjangkau dan merasuki pendengarnya di mana saja dia berada dengan serangkaian informasi melalui cara-cara persuasi oleh karena itu radio mampu pula bertindak sebagai alat mendidik, menghibur, bahkan mampu mengundang dan mengajak seseorang untuk membuka dialog (Internet, PRSSNI Online)

Menjamurnya stasiun radio siaran di Kota Semarang membuat persaingan semakin keras. Hingga kini sekitar 30 stasiun radio siaran bekerja di gelombang FM dan 5 radio di gelombang AM. Mereka memperebutkan pangsa pasar pendengar penduduk kota Semarang yang berjumlah kurang

lebih 1,3 juta jiwa ( Suara Merdeka, 16 September 2002 ). Dengan melihat data tersebut membuat para pengusaha radio siaran berlomba–lomba menyajikan suatu acara berita dan program hiburan yang dapat menarik perhatian pendengar. Pada 10 dan 20 tahun silam persaingan bisnis radio belum seketat sekarang, ketika itu masih banyak pendengar radio tertarik menyimak berbagai sandiwara radio. Musik pada saat itu memang cukup digemari, namun dalam penyajiannya belum benar–benar terfokus pada golongan pendengar tertentu. Radio swasta sekarang ini lebih terfokus pada suatu golongan tertentu atau mempertajam segmentasi, dimana segmen tersebut meliputi kelompok usia, jenis kelamin, status sosial, gaya hidup.

Selain itu juga patut diakui jika radio siaran merupakan media massa, yang artinya apapun produk siaran radio dapat dinikmati khalayak luas tanpa membedakan usia, suku, agama, ras, dan golongan. Namun saat ini prinsip semacam itu tak sepenuhnya dapat digunakan, fakta menunjukkan banyak stasiun radio kini harus melakukan segmentasi demi memenangi persaingan dalam memperebutkan kue iklan.

Berbicara soal iklan, radio sebagai media periklanan mempunyai peran agar pesan iklan dapat mencapai sebanyak mungkin kelompok sasaran yang dituju, diperlukan media yang tepat, yaitu kombinasi beberapa media yang saling menunjang dan memperkuat komunikasi yang ingin dicapai dengan efektif dan efisien. Dalam pemilihan media, dibandingkan dengan kelompok media lain radio mempunyai kekuatan sebagai berikut (internet, PRSSNI Online) :

1. Efisien, dalam pengertian dana yang diperlukan bisa lebih murah.
2. Pemunculan iklan yang sering.
3. Selektifitas terhadap sasaran pendengar.
4. Fleksibilitas yang tinggi, jadwal penyiaran iklannya gampang disesuaikan, program dan materi komunikasi bisa dirubah sesuai dengan persaingan pasar yang berkembang.
5. Berkemampuan membentuk kesan yang kuat kerana kekuatan suara penyiarannya dan paduannya dengan sound effect atau musik yang mampu menggambarkan sesuatu dibenak pendengarnya, mampu membentuk gambaran mental yang dekat dengan imajinasi utamanya dalam kaitan komunikasi pesan iklan.

Radio IBCFM merupakan salah satu radio siaran swasta yang berada di kota Semarang, dimana radio yang berdiri pada tanggal 5 Februari 1972 itu mempunyai segmen awal adalah masyarakat menengah ke bawah, dengan format sebagai radio dangdut. Tetapi pada akhir tahun 2001 radio ini berubah format menjadi sebuah radio keluarga, dimana pangsa pasarnya adalah untuk umum atau keluarga mapan. Dilihat dari target pendengar pengelompokan umur meliputi 15–19 tahun 20%, 20–29 tahun 30%, 30–39 tahun 30%, 40 tahun keatas 20%. Sedangkan dilihat dari gaya hidup, target pendengarnya adalah kalangan yang aktif, dinamis, suka bergaul, dan cerdas.

Berdasarkan format keluarga yang sekarang sudah berjalan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“TANGGAPAN PENDENGAR TERHADAP FORMAT ACARA RADIO IBC FM SEMARANG”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan bagaimana tanggapan pendengar terhadap format acara radio IBC FM.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pendengar terhadap format acara radio IBC FM.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan ini diharapkan sebagai input atau masukan didalam memilih suatu strategi untuk menarik para konsumen atau pendengar format acara radio.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan bagi pihak lain dan juga sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan usaha apabila ingin mempelajari masalah-masalah yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori, kerangka pikir penelitian, dan definisi operasional.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabel dan metode analisis data

## BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan disertai dengan analisis data

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis data dan saran yang berguna bagi perusahaan

