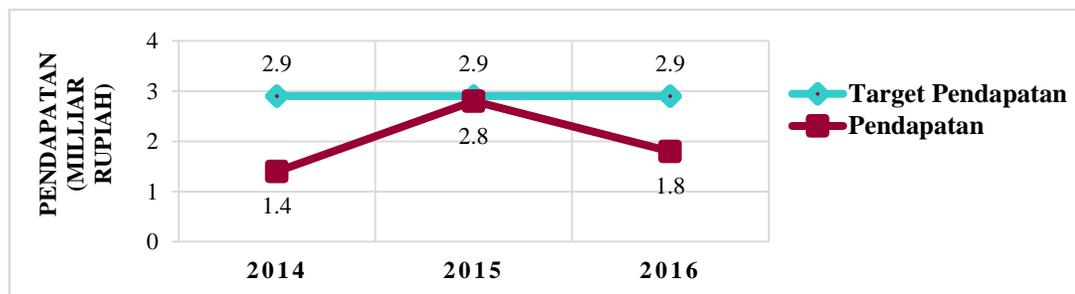


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat menimbulkan keragaman pada media penyampaian informasi, salah satu yang masih tetap eksis hingga kini adalah radio. Fenomena munculnya beragam stasiun radio yang ada di Bandung telah memicu persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan perhatian dan kepuasan dari pendengar radio. Dalam *Radio Profile* Anggota PRSSNI Bandung (2011) dinyatakan bahwa kini sebanyak 41 stasiun radio siaran dengan wilayah layanan meliputi; Kota dan Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Sumedang telah menjadi anggota PRSSNI Bandung (PRSSNI, 2011). Hal ini menjadi tantangan bagi para pemilik stasiun radio untuk bersaing merebut pasar dan cermat dalam menyesuaikan kebutuhan pendengar saat ini.

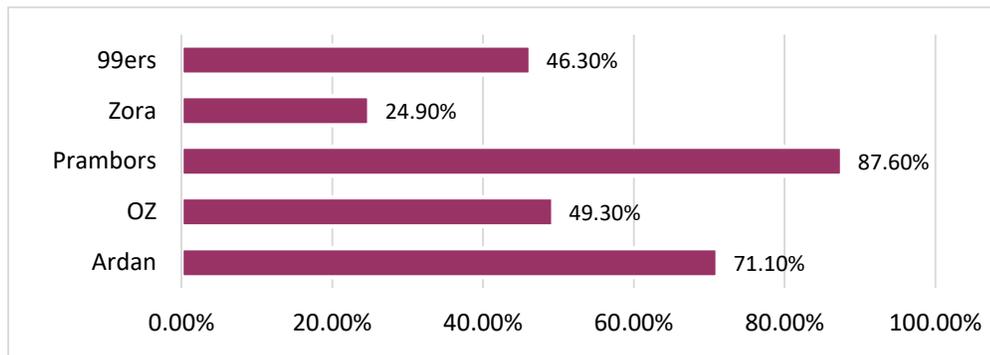
PT. Radio Karang Tumaritis atau dengan nama udaranya yaitu Radio Zora merupakan salah satu radio swasta di Kota Bandung yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Radio Zora memiliki berada pada frekuensi 90.1 FM dan telah memulai *on air* pada 01 Juli 2005. Selama sebelas tahun mengudara, Radio Zora telah melakukan lima kali perubahan segmen, terakhir beralih menjadi radio anak muda dengan usia 16 - 23 tahun pada 2014 (Zora, 2016). Meskipun telah berganti menjadi radio anak muda, namun pendapatan yang didapatkan masih belum mencapai target dan cenderung tidak stabil setiap tahunnya.



Gambar I.1 Perbandingan Jumlah Pendapatan dan Target
(Sumber: Laporan Manajemen Zora, 2016)

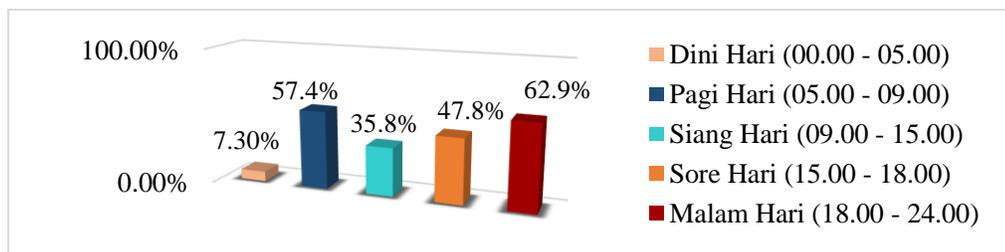
Kegagalan tercapainya target pendapatan yang ditunjukkan pada Gambar I.3 disebabkan karena pemasangan iklan yang masih rendah. Dalam periode Oktober 2016, jumlah pemasang iklan di Radio Zora hanya sebanyak 18 iklan (Laporan Manajemen Zora, 2016). Hal ini disebabkan oleh kurangnya jumlah pendengar Radio Zora dibandingkan dengan radio anak muda favorit lainnya di Bandung, yang dapat dilihat dari jumlah *followers* pada TuneIn Radio, yaitu media untuk mendengarkan radio secara *online*. Untuk Radio Zora sebanyak 1.700 *followers*, Ardan sebanyak 55.600 *followers*, Prambors sebanyak 50.500 *followers*, 99ers sebanyak 15.500 *followers* dan Oz sebanyak 14.500 *followers* (TuneIn Radio, 2017).

Tingginya jumlah *followers* pada Ardan dan Prambors menjadikan kedua stasiun radio tersebut sebagai kompetitor Radio Zora yang telah menguasai pendengar radio di Bandung, sehingga hal tersebut menjadi penyebab kurangnya jumlah pendengar Radio Zora karena rendahnya *awareness* pendengar radio di Bandung terhadap Radio Zora.



Gambar I.2 *Awareness* Radio Anak Muda di Bandung
(Sumber: Survei Pendahuluan, 2016)

Berdasarkan pada Gambar I.4 yang menunjukkan hasil survei pendahuluan terhadap 200 responden yang dilakukan melalui kuesioner, diketahui bahwa Prambors menjadi radio *Top of Mind* radio anak muda di Bandung yaitu sebesar 87,6%. Namun untuk Zora menduduki peringkat ke-5 dengan presentase sebesar 24,90%. Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu adanya peninjauan pada program Radio Zora.



Gambar I.3 Waktu mendengarkan radio
(Sumber: Data PRSSNI, 2011)

Berdasarkan Gambar I.2 diketahui bahwa pendengar paling banyak mendengarkan radio pada malam hari yaitu pukul 18.00 – 24.00 WIB, kemudian pagi hari pada pukul 05.00 – 09.00 WIB. Hal ini diperkuat oleh survei pendahuluan terhadap 200 responden. Sehingga pada jam tersebut dapat dikategorikan sebagai *prime time* dan menjadi program siaran utama Radio Zora. Yuhu Pagi merupakan program *prime time* pagi hari Radio Zora yang disiarkan setiap Senin – Jumat pukul 07.00 – 09.00 WIB. Namun sayangnya, Yuhu Pagi bukanlah program asli milik Radio Zora, melainkan penyedia konten hiburan bernama Yuhu. Hal inilah yang menunjang untuk perlu adanya program baru dengan perbaikan program pada waktu tersebut.

Untuk dapat melakukan perbaikan, maka perlu diketahui penyebab kurangnya pendengar terhadap Radio Zora saat ini. Sehingga dilakukan survei pendahuluan terhadap 15 pendengar Radio Zora yang berada di Bandung dengan usia 16 - 23 tahun melalui *Depth Interview* untuk mengetahui penilaian terhadap Program *Prime Time* Pagi Radio Zora serta evaluasi program yang dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Evaluasi Program *Prime Time* Pagi

No.	Evaluasi	Penilaian	Tanggapan
1	Program musik	Musik terlalu universal sehingga kurang sesuai dengan segmentasi remaja.	Pemilihan musik masih kurang terstruktur.
2	Konten acara	Informasi mengenai isu perkembangan dunia internasional kurang <i>up to date</i> .	Lebih fokus memberikan informasi mengenai isu dalam negeri.
3	Penyiar	Penyiar kurang menarik dan menghibur sehingga membosankan.	Penyiar tergolong dewasa sehingga kurang pas dengan pendengar remaja.
4	Saluran radio	Frekuensi penyiaran terkadang tidak jernih dan sulit terjangkau.	Fasilitas pemancar radio masih dalam tahap pengembangan.

Dalam penilaian pendengar tersebut ditunjukkan bahwa persepsi pendengar terhadap Radio Zora masih kurang baik. Hal ini disebabkan karena kebutuhan pendengar yang masih belum terpenuhi. Untuk dapat memperbaiki persepsi tersebut, maka perlu digali atribut kebutuhan yang dituntut oleh pendengar terhadap Radio Zora pada program *prime time* pagi.

I.2 Perumusan Masalah

Persepsi pendengar terhadap Radio Zora yang masih kurang baik dikarenakan terdapat beberapa keluhan mengenai kebutuhan pendengar yang belum terpenuhi. Hal ini mengakibatkan kurangnya jumlah pendengar Radio Zora dibandingkan dengan radio lain. Untuk mengetahui kebutuhan pendengar Radio Zora dalam merancang program *prime time* pagi yang baru, maka diperlukan identifikasi atribut kebutuhan pendengar. Pendekatan yang akan digunakan untuk penggalian atribut kebutuhan adalah integrasi Model Kano dan *Service Quality*. Model Kano digunakan untuk mengkategorikan atribut produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa dapat memuaskan kebutuhan pelanggan (Tan & Pawitra, 2001), sedangkan *Service Quality* digunakan untuk mengetahui seberapa baik suatu layanan mendapatkan kecocokan terhadap harapan pelanggan (Parasuraman, dkk., 1990). Permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan dimensi *Service Quality*?
2. Apa saja klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan kategori Kano?
3. Bagaimana hasil klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan hasil dari intergrasi *Service Quality* dan Model Kano?
4. Apa saja atribut kebutuhan pendengar yang perlu diprioritaskan sebagai *True Customer Needs* untuk program baru pagi Radio Zora?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian terhadap Radio Zora ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan dimensi *Service Quality*.
2. Mengidentifikasi klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan kategori Kano.
3. Mengklasifikasikan atribut kebutuhan pendengar program pagi Radio Zora berdasarkan hasil dari intergrasi *Service Quality* dan Model Kano.
4. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pendengar yang diprioritaskan sebagai *True Customer Needs* untuk program baru pagi Radio Zora.

I.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar hasilnya lebih fokus dan sesuai dengan tujuan yaitu analisis kebutuhan program pagi Radio Zora. Berikut adalah batasan masalah yang ada.

1. Responden dari penelitian ini adalah pendengar Radio Zora di wilayah Bandung yang berusia 16 – 23 tahun.
2. Responden dari penelitian terdiri dari siswa SMA (30%) dan mahasiswa (70%).
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap penentuan *True Customer Needs* dan rekomendasi perbaikan tidak sampai tahap implementasi.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Membantu Radio Zora untuk mengidentifikasi atribut yang dibutuhkan dalam membuat program baru pagi Radio Zora.
2. Menjadi acuan bagi Radio Zora untuk memperbaiki dan meningkatkan program.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dijabarkan mengenai latar belakang penelitian ini dibuat berdasarkan permasalahan yang ada pada Radio Zora yaitu kurangnya pendengar dibandingkan dengan radio lainnya di Bandung. Pada bab ini juga dijabarkan mengenai identifikasi masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini dijabarkan mengenai tinjauan pustaka dan studi literatur yang relevan mengenai pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode *Service Quality* dan Model Kano. Selain itu juga dijelaskan mengenai landasan teori yang dijadikan sebagai acuan dalam proses penelitian ini untuk memecahkan permasalahan yang dialami oleh Radio Zora.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai tahapan-tahapan proses penelitian secara rinci yang dituangkan ke dalam model konseptual yang merupakan kerangka berfikir penelitian terhadap gambaran sistem permasalahan yang diteliti. Dalam bab ini juga digambarkan sistematika pemecahan masalah yang ada dimulai dari tahap pendahuluan dimana untuk menentukan masalah yang dialami Radio Zora hingga tahap kesimpulan dan saran untuk memberikan rekomendasi perbaikan.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan mengenai tahapan dalam pengumpulan data yang meliputi penyebaran kuesioner dan rekapitulasi kuesioner dan juga tahapan dalam pengolahan kuesioner *Service Quality*, kuesioner Model Kano dan Intergrasi *Service Quality* dan Model Kano.

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis hasil dari pengolahan kuesioner *Service Quality*, kuesioner Model Kano dan Intergrasi *Service Quality* dan Model Kano. Selain itu juga terdapat rancangan rekomendasi *True Customer Needs*.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang ditujukan untuk objek penelitian dan penelitian selanjutnya agar lebih baik.