

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. GAMABARAN UMUM PT RADIO KARANG TUMARITIS

Radio Zora didirikan pada tanggal 3 Februari 2005 dengan Akta Notaris Kirana Ivyminerva Wilamarta S.H. LL.M No.04 C-580 HT 03.01 dibawah pengelolaan langsung oleh PT Radio Karang Tumaritis yang dipimpin oleh Niniek Ending Surtini. Pada tanggal 1 Juli 2005, Radio Zora resmi mengudara dengan menempati frekuensi 90,1 Mhz. Radio Zora memiliki stasiun penyiaran yang berbeda lokasi dengan stasiun pemancar. Stasiun penyiaran berlokasi di Jalan Sumur Bandung No 12, Bandung Selatan. Sedangkan stasiun pemancar ditempatkan di daerah Pagar Wangi, Lembang. Penempatan stasiun pemancar di daerah yang memiliki dataran lebih tinggi dimaksudkan agar daya jangkauan frekuensi dapat diterima oleh audiens lebih luas dan mengurangi adanya gangguan dalam menghantarkan sinyal. Hingga saat ini, frekuensi Radio Zora dapat dijangkau tidak hanya di Kota Bandung akan tetapi sampai Kota Garut, Tasikmalaya, Cianjur dan daerah Cipanas/Puncak.

Radio Zora sendiri merupakan unit bisnis berbentuk perseroan terbatas alam bidang radio penyiaran 99% sahamnya dimiliki Yayasan Pendidikan Telkom dan 1% oleh KOSUMBA (koperasi sumur bandung). Selama tujuh tahun mengudara hingga saat ini Radio Zora sudah berganti tujuh kali kepemimpinan dengan 3 kali repositioning.

Adapun pada tahun 2005 dibawah kepemimpinan Edi Marwoto Radio Zora menasar target audien kelas menengah ke bawah melalui positioning “terminal musik pilihan” yang menyajikan komposisi musik yang didominasi lagu dangdut dan lagu lokal seperti pop sunda. Ditahun ini pula terbentuklah komunitas pendengar setia Radio Zora dengan nama “dulur zora”.

Ditahun 2006 dengan mempertahankan *positioning* yang sama kepemimpinan dilanjutkan oleh Rahmatullah. Pada saat itu sempat ditetapkan kebijakan transisi dengan hanya memutar lagu-lagu saja tanpa penyiar ataupun informasi lainnya. Kejadian ini berlangsung hingga 6 bulan sampai akhirnya kepemimpinan diahlikan kepada sudrajat yang sekaligus menjabat sebagai direktur utama PT. Karang Tumaritis menetapkan *repositioning* Radio Zora menjadi radio yang secara khusus memutar musik dangdut melalui *statement positioning* “geolannya urang bandung” sampai dengan tahun 2009.

Ditahun 2012 Yayasan Pendidikan Telkom membuat kebijakan pergantian kepemimpinan yang diahlikan kepada Subaja dengan masa kepemimpinan awal 2012 samapi dengan oktober 2012 dan kembali melakukan *repositioning* menjadi radio untuk segmentasi keluarga kelas menengah yakni dengan *repositioning* “radio inspirasi keluarga”.

Pada bulan September 2012 secara resmi Dewan Pengurus Yayasan Pendidikan Telkom mengeluarkan Surat Keputusan Yayasan Pendidikan Telkom nomor: KEP.340/SET-04/YPT/2012 menyatakan bahwa operasionalisasi pengelolaan Radio Zora diahlikan kepada Institut Manajemen Telkom, Sampurno Wibowo sebagai Direktur Utama PT Karang Tumaritis per Tanggal 1 Oktober 2012.

Dibawah kepemimpinan Sampurno Wibowo, Radio Zora akan melakukan perubahan menjadi radio *education* atau radio yang menggabungkan *education* dan *entertainment*. Dan akan menggeser segmennya menjadi pendengar utama usia pelajar hingga dewasa muda.

Table 1.1
Profil Radio Zora

Nama Perusahaan	PT Radio Karang Tumaritis
Nama Stasiun	Radio Zora 90,1 Fm
Frekuensi	90,1 Fm
Station ID	Inspirasi Keluarga
Audien call	Keluarga Zora
Target Pendengar	Keluarga Dinamis
SES	A,B,C1,C2
Alamat	Jalan Sumur Bandung No.12
HP	022-2532051, 2532052
Fax	022-2532051
Waktu Siaran	05:30 WIB – 24:00 WIB
Komposisi Acara	70% music 30% info, tips, talkshow dan lain-lain
Komposisi Musik	70% POP Indo (non –melayu) 30% mancanegara (Easy Listening)
Pemegang Saham	99% Yayasan Pendidikan Telkom 1% KOSUMBA (koperasi sumur bandung)
Bidang Usaha	Perseroan terbatas yang berusaha dalam bidang radio penyiaran
Web	http://www.zorafm.com

Sumber: Company profile PT Radio Karang Tumaritis

Adapun persentasi besarnya pendengar Radio Zora dapat dilihat dari beberapa hal yaitu :

- Pendidikan
 - SI : 30%
 - D3 : 40%
 - SLTA : 30%
- Jenis Kelamin
 - Perempuan : 60 %
 - Laki-laki : 40%
- Pekerjaan
 - Ibu rumah tangga : 40%
 - Karyawan : 30%
 - Mahasiswa : 15%
 - Pelajar : 15%
- Habitat

Senang hiburan, Berinteraksi dan berkumpul, Dinamis dan Aktif, dan juga mengikuti Trand.
- Coverage

Bandung dan sekitarnya, Garut, Tasikmalaya, Cianjur, dan Cipanas/Puncak. (Sumber : *Company profile Radio Zora strategy*).

1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

- Menjadi *holding company* pendukung lembaga pendidikan yang profesional, terkemuka dan unggul di Asia Tenggara tahun 2018.

Misi :

- Mengembangkan unit bisnis penunjang *non tuition fee* dan pendukung layanan operasional lembaga pendidikan YPT.
- Menjalankan hubungan sinergi bisnis bidang jasa pemasaran, event manajemen, riset pemasaran, distributor, jasa boga, konsultan manajemen dan IT, jasa ahli daya, publisher, jasa perencanaan dan pengawasan konstruksi.
- Merintis unit usaha yang mendukung proses belajar, penyelesaian studi dan pengembangan *entrepreneurship*.

1.1.2. Logo Radio Zora

Gambar 1.1
Logo Radio Zora Bandung

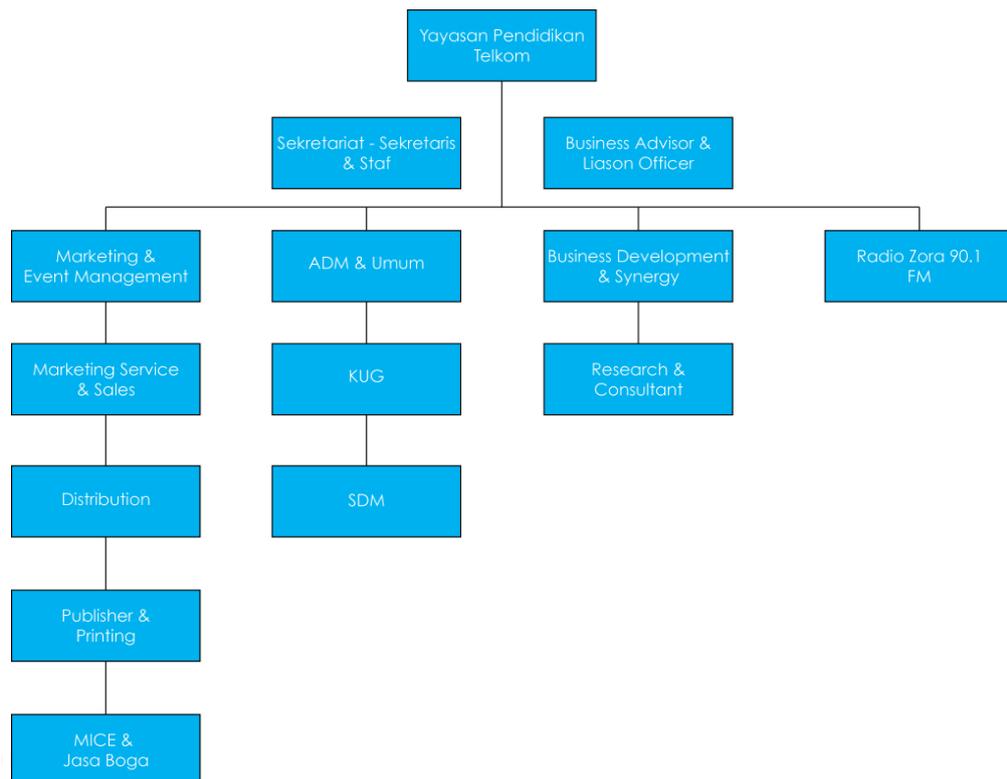


Sumber: Company profile PT Radio Karang Tumaritis

Warna biru pada logo Radio Zora Fm Kota Bandung seperti pada Gambar 1.1 berarti menggambarkan atau mencerminkan arti *agility*, sedangkan warna merah mencerminkan keberanian.

1.1.3. Struktur Organisasi

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Radio Zora Bandung



Sumber: Company profile PT Radio Karang Tumaritis

1.1.4. Program Siaran Radio Zora

Radio Zora mempunyai beberapa program siaran setiap hari, berikut ini adalah deskripsi program siaran Radio Zora :

a) Embun Pagi (05:30-06:00 WIB)

Tetes Embun di Pagi hari yang menyejukkan, menjadi lambang jiwa yang menjadi sejuk ketika mensyukuri kebesaran Sang Pencipta, diterjemahkan dengan kisah tauladan atau kalimat-kalimat renungan islami. Sehingga menjadi inspirasi bagi keluarga. Dengan teknis : rekaman kumpulan kisah tauladan yang berdurasi 20 menit, bahan diambil dari internet, buku dan majalah.

b) Zona Pagi (06:00-09:00 WIB)

Acara yang menemani pendengar dengan tips dan info gaya hidup atau kebiasaan sehari-hari pendengar di pagi hari sebelum melakukan aktivitas, dan disisipkan informasi aktual (*news*) lokal, nasional dan internasional. Konten: 1. Tips dan info, 2. *Topic of The Day*, 3. *News*, 4. *Talks Show* (komunikasi keluarga, keuangan keluarga, *health* dan lain-lain)

c) 4S “sapa sana sapa sini” (09:00-12:00 WIB)

Lagu-lagu pilihan pendengar pop Indonesia atau pop barat menjadi teman beraktivitas dengan tips, informasi ringan yang bermanfaat. Dengan konten : *life style*, kecantikan kuliner, *healty*, musik, selebritis, kuis dan cerita unik.

d) Rehat (12:00-15:00 WIB)

Acara yang menghadirkan lagu-lagu *easy listening*, dan tips, info menarik untuk menemani bagi pendengar disaat melakukan *break* sejenak disaat melakukan aktifitas yang ada. Dengan konten : *play song*, insert tips (rekaman/Li), *insert reminding* tetap semangat dalam bekerja.

e) Warna-warni (15:00-18:00 WIB)

Menjelang pergantian waktu dari sore menuju malam, bersamaan waktu itu pula kita akan menuntaskan aktivitas. Rasa lelah dan penat akan di segarkan kembali dengan aneka tips, info menarik sehingga kalau diibaratkan dituangkan kedalam kerta akan menjadi warna-warni yang selaras menyegarkan mata. Konten : tips bugar, kuliner, gosip (inspirasi), unik, kuis IPTEK, sejarah, music, cerita lucu, *shopping*, *story song*, *talkshow*.

f) Rehat Malam (18:00-21:00 WIB)

Acara rehat menemani pendengar yang telah melakukan aktivitasnya, yang sedang dalam perjalanan menuju rumah, atau pun ditempat *hangout* dan dirumah. Rehat yang memutar lagu-lagu yang *easy listening* saja dan disisipi informasi yang ringan tetapi menarik dan bermanfaat. Konten : *play song* dan tips.

g) Zona Malam (21:00-24:00 WIB)

Pilihan lagu-lagu dari pendengar yang sedang menikmati malam, istirahat, belajar, aktivitas, selain menikmati lagu-lagu yang *easy listening* juga diberikan tips, info menarik. Dengan konten : *request*, tips ringan (aneka tips), tips keluarga (kebutuhan keluarga), tips/talk show *sex education* dan psikologis.

h) Harmoni keluarga (16:00-18:00 WIB)

Kebahagiaan, kesuksesan dan keharmonisan yang menjadi tujuan utama dalam sebuah keluarga akan menjadi rusak jika salah satu anggota keluarga mengalami masalah dan stress yang tak dapat diselesaikannya. Unit-unit keluarga menjadi tidak berfungsi sebagai mana mestinya. Jika hal tersebut, keluarga akan kehilangan fungsinya, tujuannya, serta tidak mampu lagi berjalan secara konsisten. Pada acara ini menjelaskan bagaimana membuat hubungan keluarga yang harmonis berdasarkan ajaran islam.

i) Zona Pagi *Weekend* (06:00-09:00 WIB)

Apa yang dibutuhkan ketika tiba akhir pekan? suasana lebih santai, di pagi harinya ditemani dengan lagu-lagu *easy listening*, tips dan info seputar wisata, kuliner, belanja, gaya hidup, *news*, dan *talkshow*.

j) Zona Pagi *Weekend* (09:00-21:00 WIB)

Acara ini merupakan acara untuk menemani pendengar saat mengisi liburan weekendnya, terutama bagi pendengar yang sedang dalam perjalanan, atau hanya berlibur dirumah saja. Namun tidak menutup kemungkinan bagi pendengar yang sedang *hangout* bisa juga mendengarkan program ini berisikan konten *play song* dan tips yang menarik dan bermanfaat.

k) Zona malam minggu (21:00-24:00 WIB)

Pilihan lagu-lagu dari pendengar yang sedang menikmati malam, istirahat, belajar, aktivitas, selain menikmati lagu-lagu *easy listening*, diberikan juga tips dan info menarik.

1.2. Latar Belakang Objek Observasi

Kebutuhan akan informasi sekarang ini, menuntut media massa untuk selalu mengakses informasi terbaru secara terus-menerus. Baik dari media cetak, media elektronik, industri buku dan lain sebagainya. Apalagi sejalan dengan lahirnya era reformasi, banyak hal baru berkembang yang dengan pesat diakibatkan timbulnya keberanian dalam mengungkapkan hal-hal yang ingin disampaikan untuk pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi.

Penyiaran Radio yang pada saat ini banyak diminati berbagai kalangan usia, pendidikan dan kelas sosial sebagai alat penghubung dalam kehidupan sehari-hari sangat berpengaruh dalam kehidupan social. Radio menurut J.Schupan yang dikutip kembali oleh Niken Widiastuti (1992 : 3).

Bahwa radio adalah alat untuk melayani tiga tujuan : memelihara, memperluas, dan melancarkan kebudayaan.

Di Indonesia, Radio telah menjadi media yang terkait dengan kebutuhan lokal. Media komunikasi massa yang hanya memiliki skala *locality* suatu daerah tertentu. Perkembangan radio di Indonesia saat ini sudah sangat berkembang, baik itu stasiun radio yang berskala nasional maupun lokal. Dari media radio tersebut akan di sampaikan informasi yang dapat dirasakan oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia tanpa batas waktu tertentu, sehingga kapanpun orang dapat menikmatinya. Radio juga menjadi salah satu media yang efektif karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Radio sering ditempatkan sebagai ”sahabat” yang menemani kegiatan sehari-hari para pendengarnya. Selain berfungsi sebagai alat penghibur dan informasi, radio juga berfungsi sebagai alat dalam melaksanakan fungsi pendidikan bagi masyarakat.

Dengan kemajuan yang pesat kian menimbulkan persaingan dikalangan radio sendiri. Persaingan itu terbukti dengan adanya program-program yang mempunyai beragam segmen dan tema setiap harinya. Program-program di radio berlomba untuk mendapatkan slot di hati para pendengar. Untuk menempatkan slot tersebut radio indonesia khususnya Bandung merancang dan menyiarkan sejumlah program yang *ear cathing* yaitu melalui pendengaran.

Menurut penelitian AC nielsen & Polling jumlah rata-rata volume pendengar Radio Zora adalah 54.000 pada tahun 2011-2012 dan termasuk kedalam dua puluh besar radio di Bandung.

Tabel 1.2
Jumlah Volume Pendengar

No	Radio	Pendengar
1.	Dahlia	391.000
2.	Rama	304.000
3.	Ninetyners	240.000
4.	Cosmo	220.000
5.	Ardan	208.000
6.	Garuda	206.000
7.	OZ	200.000
8.	Antassalam	130.000
9.	Paramuda	124.000
10.	Dangdut TPI	90.000
11.	Raka FM	86.000
12.	Shinta FM	84.000
13.	I-radio	83.000
14.	Pop FM	80.000
15.	MG FM	76.000
16.	Lita FM	58.000
17.	Zora FM	54.000
18.	MGT	53.000
19.	Kencana	51.000
20.	Mara FM	50.000

sumber: : AC nielsen & Polling 2011-2012

Dalam hal promosi di Indonesia khususnya kota Bandung radio masih menjadi media populer, untuk Provinsi Jawa Barat sangat banyak radio yang mengudara seperti Radio Dahlia, Radio B dari Ardan *group*, Dahlia, Rama, dan *Ninetyiners* yang kini menjadi pesaing Radio Zora sendiri. Dari tabel 1.2 diatas juga dapat dilihat bahwa tingginya tingkat persaingan yang harus dihadapi Radio Zora. Bahkan dari dua puluh besar radio di atas masih banyak lagi radio yang belum terdaftar yang menjadi pesaing Radio Zora seperti Radio Prambors atau MQ FM.

Dengan tingkat persaingan yang tinggi Radio Zora harus mempertahankan eksistensinya sebagai radio yang diminati oleh masyarakat di Bandung. Adapun strategi yang bisa Radio Zora lakukan yaitu melalui sebuah *event*. Menurut Belch (2009:580) *Event* adalah tipe promosi yang sering digunakan perusahaan atau menghubungkan sebuah merek pada suatu acara atau sebuah pesta yang tematik yang mana dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa tersebut. Dengan mengadakan berbagai macam bentuk promosi *off air (event)* yang tentunya menjadikan kegiatan promosi menjadi lebih efektif dan tepat sasaran, terlebih apabila dikemas dengan baik mulai dari konsep, produksi, sampai dengan eksekusi dilapangan.

Event itu sendiri dapat di ukur melalui enam dimensi *event* yaitu melalui dimensi materi pemasaran, dimensi transportasi dan penyambutan tamu, dimensi nuansa suasana dan dekorasi, dimensi hidangan (makan dan minum), dimensi hiburan, dan dimensi souvenir. (Sumber :Sulyus Natorardjo, 2011:32).

Cara perusahaan melakukan persiapan *event* dengan mengemas sebuah kegiatan mulai dari konsep yang menarik, produksi, sampai dengan eksekusi di lapangan pada *event car free day* Buah Batu menjadi hal yang layak untuk diteliti, dimana *event* yang menjadi media promosi *off air* merupakan kegiatan yang efektif hingga mampu menarik banyak pengunjung atas setiap *event* yang dilakukan Radio Zora.

Dari latar belakang di atas, maka peneliti beranggapan penelitian ini layak untuk dilakukan. Peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul :

“Penilaian konsumen mengenai kegiatan *event car free day* Buah Batu Radio Zora Bandung”.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana kinerja kegiatan *event car free day* Buah Batu Radio Zora Bandung
2. Bagaimana harapan konsumen dari kegiatan *event car free day* Buah Batu Radio Zora Bandung
3. Hal-hal apa saja yang harus diperbaiki oleh *event car free day* Radio Zora Bandung

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kinerja kegiatan *event car free day* Buah Batu Radio Zora Bandung.
2. Untuk mengetahui harapan konsumen dari kegiatan *event car free day* Buah Batu Radio Zora Bandung.
3. Untuk mengetahui hal-hal yang harus diperbaiki oleh *event car free day* Radio Zora Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari kegiatan observasi ini yaitu untuk mendapatkan hasil tingkatan terjadi selama ini dan diharapkan hasil dari observasi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak diantaranya :

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan penulis tentang kegiatan *event car free day* Buah batu Bandung. Serta untuk memenuhi tugas akhir dan mendapat gelar Ahli madya
2. Bagi Pihak PT Radio Karang Tumaritis, sebagai tambahan referensi untuk melakukan kegiatan *event* perusahaan.
3. Bagi Pembaca, sebagai referensi untuk pembuatan karya ilmiah selanjutnya. Dan hasil pengamatan dapat direkomendasikan di lapangan secara nyata dan untuk dikembangkan kembali.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan suatu gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang tinjauan objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, dan metodologi penelitian apa yang digunakan oleh peneliti serta pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan akhir dari sebuah analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang telah didapat dari analisis dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan berkaitan dengan kinerja, harapan, dan hal-hal apa saja yang harus diperbaiki oleh *event car free day* Radio Zora Bandung tahun 2013.