

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

PT. Kontinental Lintas Telekomunikasi (Radio K-Lite) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran radio dengan segmentasi usia 25-45 tahun kelompok pekerja dan wirausaha. Program yang disiarkan radio K-Lite memiliki konsep *talkshow* dengan mengundang narasumber sesuai dengan topik yang akan didiskusikan diselingi dengan musik. Salah satu program Radio K-Lite adalah ‘*Afternoon Lite*’ yang menyajikan informasi mengenai teknologi dan *ICT (Information and Communication Technology)* diselingi dengan musik, hadir setiap hari Senin-Jumat pukul 15.00-18.00 WIB dan *regular talkshow* mengenai religi setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat pukul 16.30-17.30 WIB (K-Lite *Company Profile*, 2016).

Program ‘*Afternoon Lite*’ merupakan salah satu program *prime time* yang memiliki jumlah pendengar terbanyak dari jumlah interaksi melalui *SMS (Program Director, wawancara, 2016)*. Rata-rata jumlah SMS masuk per hari adalah 10-11 pesan (Laporan K-Lite, 2016). *Prime time* merupakan waktu tertentu dimana banyak pendengar yang mengikuti atau mendengarkan sebuah acara, sehingga memberikan peluang perusahaan untuk memasang iklan pada program siaran tersebut untuk meningkatkan *revenue* (Nielsen, 2011). Berikut adalah pendapatan radio K-Lite.

Tabel I.1 Pendapatan dan Laba Radio K-Lite

Uraian	2014		2015		2016	
	Target (Rupiah)	Realisasi (Rupiah)	Target (Rupiah)	Realisasi (Rupiah)	Target (Rupiah)	Realisasi (Rupiah)
Total Pendapatan	3.229.400.000	4.442.137.790	3.884.560.000	10.259.752.420	4.489.712.568	9.781.441.877
Total Beban	2.322.322.000	3.743.362.000	2.803.946.000	9.350.535.000	1.080.614.000	909.218.000
Total Laba (Rugi) Sebelum Pajak	907.077.454	698.775.639	1.080.614.384	909.217.821	1.024.037.420	705.824.470

(Sumber : Laporan Keuangan Radio K-Lite, 2016)

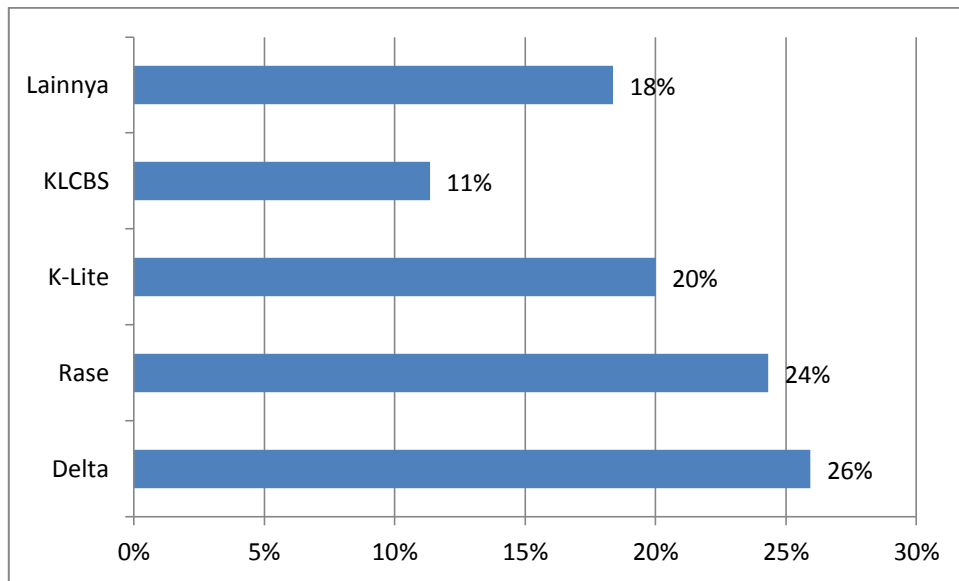
Pada Tabel I.1 menunjukkan total laba yang diterima sebelum pajak tidak mencapai target selama tiga tahun karena total beban yang melebihi target dan mengalami penurunan pada tahun 2016. Jika dilihat dari pendapatan yang diterima, terjadi penurunan pada tahun 2016. Salah satu sumber pendapatan radio K-Lite berasal dari iklan. Berikut adalah pendapatan iklan radio K-Lite pada Tabel I.2.

Tabel 1.2 Pendapatan Iklan Radio K-Lite

Tahun	Pendapatan Iklan	
	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2014	1,740,750,000.00	1,397,850,827.00
2015	1,740,750,000.00	970,524,525.00
2016	1,800,000,000.00	1,500,000,000.00

(Sumber : Laporan Keuangan Radio K-Lite, 2016)

Berdasarkan Tabel I.2, dapat dilihat bahwa pendapatan iklan yang diperoleh radio K-Lite tidak pernah mencapai target dan mengalami fluktuatif. Salah satu faktor pengiklan memasang iklan di radio adalah *rating* dimana *rating* yang tinggi berarti penonton yang lebih banyak dan jumlah pemasang iklan yang lebih besar (Morissan, 2008). Peringkat radio K-Lite berada di posisi 34, diukur berdasarkan jumlah pendengar (Nielsen, 2016). Posisi peringkat tersebut dapat mengindikasikan bahwa jumlah pendengar radio K-Lite masih sedikit. Hal tersebut didukung dengan hasil survei pendahuluan yang dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dan disebar kepada 127 responden. Responden merupakan pendengar radio umum dengan usia 25 -45 tahun. Kuesioner disebar melalui media sosial, yaitu *Line*, *Facebook*, dan *What's up*. Kuesioner disebar kepada 154 responden dan yang menjawab kuesioner adalah 110 sehingga *response rate* adalah 71.4% Gambar I.1 merupakan radio yang paling sering didengarkan dengan segmen dewasa usia 25 - 45 tahun, hasil dari survei pendahuluan. Radio K-Lite berada di peringkat ketiga.



Gambar I.1 Peringkat Radio di Kalangan Dewasa

(Sumber : Survei Pendahuluan, 2016)

Sumber pendapatan radio K-Lite berasal dari pemasang iklan. Radio K-Lite dapat meningkatkan jumlah pendengar di waktu *prime time* sehingga dapat menarik pemasang iklan. Program '*Afternoon Lite*' merupakan program yang paling sering didengar pada sore hari. Berdasarkan hasil survei pendahuluan, persentase orang mendengarkan radio pada sore hari paling tinggi yaitu sebesar 32% diikuti dengan 31% pada pagi hari, 20% pada siang hari, dan 17% pada malam hari. Berdasarkan survei pendahuluan dan wawancara dengan salah satu *Program Director* radio K-Lite, maka penelitian difokuskan pada program *prime time* sore. Berdasarkan survei pendahuluan mengenai program apa yang ingin didengarkan pada sore hari, yaitu 63% pendengar ingin mendengarkan musik, 19% ingin mendengarkan berita, 10% ingin mendengarkan *talkshow*, dan 8% ingin mendengarkan kuis, info lalu lintas, dan keagamaan.

Survei lanjutan dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai kebutuhan pendengar K-Lite program *prime time* sore yaitu '*Afternoon Lite*' yang belum terpenuhi dengan menggunakan metode *depth interview* sampai mendapatkan

informasi bahwa tidak ada lagi kebutuhan baru yang diperoleh maka wawancara dapat dihentikan (Ulrich & Eppinger, 2012). Wawancara dilakukan terhadap 12 partisipan pendengar program radio K-Lite dengan usia antara 25-45 tahun, dari hasil wawancara tersebut diolah dan dianalisa untuk dibuat penilaian terhadap program 'Afternoon Lite' yang dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 Evaluasi Program Radio K-Lite Terhadap Program 'Afternoon Lite'

Penilaian	Tanggapan
Tidak ada kuis berhadiah saat <i>talkshow</i> .	Belum ada sponsor.
Narasumber <i>talkshow</i> 'Stairway to Heaven' yang tidak berubah di setiap topik.	Rencananya akan didatangkan narasumber tamu.
Tidak ada info seputar lalu lintas.	Pertimbangannya adalah radio K-Lite bukan radio <i>news and talk</i> . Radio K-Lite mengasumsikan pendengar di segmennya memiliki aplikasi <i>GPS</i> pada <i>smartphone</i> pendengar.
Gaya siaran penyiar yang terlalu serius	Gaya siaran tersebut disesuaikan dengan segmen radio K-Lite.
Kurangnya selingan informasi mengenai kejadian di dalam atau luar negeri yang sedang terjadi.	Pertimbangannya karena radio k-Lite bukan radio <i>news and talk</i> sehingga presentase penyiar dalam berbicara hanya sedikit.

(Sumber : Survei Lanjutan, 2017)

Berdasarkan pada Tabel I.3 menunjukkan bahwa kebutuhan pendengar belum terpenuhi. Berdasarkan data yang diperoleh, yaitu target total laba dan total pendapatan iklan yang tidak terpenuhi serta evaluasi program dari pendengar, diperlukan analisis kebutuhan pendengar terhadap program 'Afternoon Lite', sehingga dapat dilakukan perbaikan serta meningkatkan kualitas.

## I.2. Perumusan Masalah

Untuk mengetahui kebutuhan pendengar terhadap program radio K-Lite maka perlu dilakukan identifikasi atribut kebutuhan pendengar. Pendekatan yang digunakan

untuk mengidentifikasi kebutuhan pendengar radio K-Lite adalah integrasi *Service Quality Model* dan Model Kano. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tan & Pawitra (2001) dinyatakan bahwa integrasi *Service Quality Model* dan Model Kano dapat dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Model Kano digunakan untuk mengkategorikan atribut dari produk atau jasa berdasarkan pada seberapa baik atribut dapat memuaskan kebutuhan pelanggan (Kano dkk.,; dalam Tan & Pawitra, 2001). Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi atribut kebutuhan pendengar program sore radio K-Lite berdasarkan dimensi *Service Quality Model* ?
2. Apa saja klasifikasi atribut kebutuhan pendengar program sore radio K-Lite berdasarkan kategori Model Kano ?
3. Apa saja atribut kebutuhan pendengar program sore radio K-Lite yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan diprioritaskan berdasarkan hasil integrasi *Service Quality Model* dan Model Kano ?
4. Apa saja atribut kebutuhan pendengar program sore K-Lite yang menjadi *true customer needs* ?

### **I.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi atribut kebutuhan layanan program sore radio K-Lite berdasarkan dimensi *Service Quality Model*.
2. Mengklasifikasikan atribut kebutuhan layanan program sore radio K-Lite berdasarkan kategori Kano.
3. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pendengar program sore radio K-Lite yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, dan diprioritaskan berdasarkan hasil integrasi *Service Quality Model* dan Model Kano.
4. Menentukan atribut kebutuhan yang menjadi *true customer needs* pendengar program sore radio K-Lite.

#### **I.4. Batasan Penelitian**

Terdapat batasan penelitian agar lebih fokus dan sesuai dengan tujuan yang sudah diuraikan, berikut adalah beberapa batasan penelitian :

1. Responden dalam penelitian adalah pendengar radio di wilayah Kota dan Kabupaten Bandung berusia yang 25 – 45 tahun.
2. Penelitian hanya difokuskan pada program radio sore untuk jam 15.00 WIB – 18.00 WIB.
3. Penelitian hanya sampai tahap identifikasi *true customer needs* sehingga tidak sampai pada tahap implementasi.

#### **I.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan dan dikembangkan.
2. Memberikan informasi kepada radio K-Lite mengenai atribut yang sudah memberikan kepuasan kepada pendengarnya.
3. Sebagai referensi untuk radio K-Lite dalam mengembangkan program-program yang ada atau inovasi untuk program yang baru.

#### **I.6. Sistematika Penulisan**

Berikut ini merupakan uraian dari sistematika penulisan :

##### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang dari permasalahan yang akan diteliti, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi teori yang relevan mengenai *Service Quality Model* dan Model Kano serta integrasi antara *Service Quality Model* dan Model Kano

yang akan dijadikan dasar dalam proses pencarian solusi terhadap masalah yang diteliti serta pembahasan dari hasil penelitian terdahulu.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi penjelasan langkah-langkah penelitian meliputi tahap perumusan masalah penelitian, mengidentifikasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, pengolahan data, dan analisis hasil pengolahan data.

### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini berisi langkah-langkah pengumpulan data, seperti penyebaran kuisisioner, rekapitulasi kuisisioner, uji validitas dan uji reliabilitas. Bab ini juga berisi pengolahan data, seperti pengolahan kuisisioner *Service Quality Model* dan Model Kano serta integrasi antara hasil kedua kuisisioner.

### **Bab V Analisis dan Rekomendasi**

Bab ini berisi analisis pengolahan data kuisisioner, yaitu kuisisioner *Service Quality Model*, kuisisioner Model Kano dan integrasi antara *Service Quality Model* dan Model Kano. Pada bab ini terdapat penyusunan rekomendasi *True Customer Needs*.

### **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian pada pengolahan data dan analisis serta saran untuk penelitian selanjutnya.