

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media informasi yang dapat diakses dengan mudah dimana saja dan kapan saja, bahkan pada saat ini sudah banyak aplikasi pada *smartphone* yang menyediakan berbagai aplikasi radio. Saat ini, kondisi persaingan dalam dunia penyiaran radio sangatlah ketat. Salah satu kota yang memiliki banyak stasiun radio adalah Bandung. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui *website* PRSSNI Bandung (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) ada 36 radio berfrekuensi FM, dan 5 radio berfrekuensi AM yang telah bergabung menjadi anggota. Dari total jumlah radio tersebut, banyak diantaranya yang mengkhususkan segmennya kepada segmen anak muda. Pada kenyataannya, ada beberapa radio yang mengkhususkan segmennya kepada segmen dewasa juga.

Radio-radio bersegmen dewasa di Kota Bandung memiliki ciri khas yang berbeda-beda sesuai dengan karakteristik yang mereka miliki. Salah satunya adalah K-Lite Radio. K-Lite Radio terletak di Jalan Sumur Bandung No.12 yang telah berdiri sejak tanggal 16 Juli 1970. K-Lite Radio memiliki konsep yang berhubungan dengan ekonomi, bisnis, komunikasi, pegawai, dan pemutaran lagu-lagu legendaris pada zamannya menjadi ciri khas yang begitu kuat di mata pendengar setianya. K-Lite Radio memiliki beberapa radio kompetitor lainnya yang memiliki segmen sama yaitu dewasa dapat dilihat pada tabel di bawah ini berdasarkan informasi dari *website* PRSSNI Bandung.

Tabel I-1 Informasi Beberapa Radio Bersegmen Dewasa di Kota Bandung

No.	Radio	Tagline	Demografi	Jumlah Followers (pengikut) di TuneIn
1	K-Lite Radio	Bandung's <i>Inspiring Sound</i>	25-45 tahun	12.800
2	Rase FM	<i>Keep Bandung Beautiful Euy</i>	20-40 tahun	6.400
3	Delta FM	100% Lagu Enak	30-39 tahun	11.200
4	MGT Radio	Hanya Memainkan Lagu Terbaik	25-35 tahun	5.200
5	Radio B	<i>Play Hits Only</i>	25-39 tahun	4.800
6	KLCBS	<i>The Jazz Wave, Bandung</i>	20-40 tahun	14.000
7	Hard Rock FM	<i>Your Lifestyle & Entertainment Station</i>	20-30 tahun	10.800
8	New Shinta	<i>More than just Music and Information</i>	20-45 tahun	280
9	MQFM	Inspirasi Keluarga Indonesia	20-40 tahun	16.600

(Sumber : PRSSNI Bandung-Radio Anggota dan *Website TuneIn*, Desember 2016)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa cukup banyak radio kompetitor yang bersegmen hampir sama dengan K-Lite Radio. Hal ini tentu saja menjadi tantangan besar bagi K-Lite Radio untuk menempati posisi *top of mind* dibenak masyarakat serta menempati posisi teratas jika dibandingkan dengan kompetitornya. Berdasarkan penggalan informasi dari *Program Director* K-Lite Radio, pada periode lima tahun terakhir ini, K-Lite Radio mengalami peningkatan kedudukan peringkat pada jajaran radio se-Kota Bandung. Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan perubahan posisi K-Lite Radio.

Tabel I-2 Peringkat K-Lite Radio Tahun 2011 hingga 2016

Tahun	Peringkat			
	Triwulan 1	Triwulan 2	Triwulan 3	Triwulan 4
2011	40	41	42	42
2012	42	42	43	44
2013	44	45	43	43
2014	42	42	43	51
2015	45	42	41	41
2016	40	38	35	34

(Sumber : Data Survei AC Nielsen, 2016)

Berdasarkan data survei AC Nielsen (2016) pada Tabel I-2, yang dinilai dari banyaknya jumlah pendengar, dapat dilihat bahwa K-Lite Radio mengalami peningkatan kedudukan peringkat pada tahun 2016, yaitu berubah dari posisi 40 besar menjadi 30 besar setelah sebelumnya tidak mengalami kenaikan posisi yang begitu banyak, yaitu hanya berada pada posisi sekitaran 40 besar saja selama lima tahun terakhir ini. Dengan pencapaian tersebut, tentunya K-Lite Radio mempunyai harapan ingin meningkatkan kedudukan peringkatnya lagi menuju posisi 20 besar se-Kota Bandung pada tahun berikutnya.

Melihat keadaan K-Lite Radio yang membutuhkan waktu cukup lama untuk mengubah posisi peringkatnya selama lima tahun terakhir ini, tentunya bukanlah suatu keadaan yang begitu baik, mengingat K-Lite Radio sudah terbilang cukup lama berdiri, namun tidak mengalami perubahan yang begitu besar. Melihat keadaan seperti ini, maka dilakukan penggalan informasi dengan menyebarkan kuesioner sebagai survei pendahuluan kepada pendengar radio. Tujuan dari penggalan informasi ini adalah untuk mengetahui bagaimana *brand awareness* masyarakat terhadap K-Lite Radio. Responden yang didapatkan berjumlah 110 orang, yang berasal dari kalangan masyarakat umum dengan rentang usia 25-45 tahun. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa Radio Delta FM menjadi *top of mind* masyarakat, sebagai radio bersegmen dewasa, dengan persentase 26%, dan posisi kedua adalah Radio Rase FM dengan persentase 24%, sedangkan K-Lite Radio sendiri mendapatkan persentase sebesar 20% dan menempati posisi ketiga.

Dilihat dari sisi pendapatan pada tiga tahun terakhir, K-Lite Radio masih belum bisa mencapai targetnya dikarenakan laba kotor tidak mencapai target yang diinginkan. Hal ini juga disebabkan oleh total beban yang melebihi target yang ditentukan. Berikut adalah tabel keuangan K-Lite Radio tahun 2014-2016.

Tabel I-3 Keuangan K-Lite Radio tahun 2014-2016

URAIAN	2014		2015		2016	
	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI
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	2.322.322.546	3.743.362.151	2.803.945.616	9.350.534.599	3.465.675.147	9.075.617.406
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 Perusahaan, 2016)

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, *brand awareness* dari K-Lite Radio masih kurang. Hal ini berdampak pula pada pendapatan yang diperoleh perusahaan, dari hasil pemasangan iklan di radio yang tidak mencapai target, dikarenakan jumlah pendengar yang sedikit, jika dilihat dari peringkat K-Lite Radio pada lima tahun terakhir. Dalam hal ini, perlu dilakukan penelitian terkait analisis *positioning* yang bertujuan untuk menggali bagaimana penilaian para pendengar terhadap K-Lite Radio, dan menemukan kelebihan yang dapat diunggulkan dibanding kompetitor. Selain itu, analisis ini dapat digunakan untuk melakukan perbaikan guna meningkatkan peringkatnya dalam lingkup radio se- Kota Bandung dan mencapai target pendapatannya.

I.2 Perumusan Masalah

Untuk merumuskan keunggulan dari K-Lite Radio, perlu dilakukan analisis *positioning* untuk mengetahui kondisi persaingan dengan kompetitor dan menggali lagi potensi yang dimiliki K-Lite Radio agar lebih unggul dari kompetitor. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Megawe, 2013), dan (Marcussen, 2014), *tools* yang dapat digunakan untuk menyelesaikan kasus *positioning* adalah penggambaran melalui *perceptual mapping* dengan metode *Multidimensional Scaling* karena dengan menggunakan metode ini dapat melihat secara visual posisi obyek yang diteliti dengan kompetitornya sehingga dapat dilihat lebih jelas posisi obyek tersebut. Melihat situasi diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut-atribut yang digunakan K-Lite Radio dalam penggambaran di *perceptual mapping* ?

2. Bagaimana posisi K-Lite Radio di dalam lingkup persepsi pendengar dilihat dari penggambaran di *perceptual mapping* ?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan untuk K-Lite Radio yang ditujukan untuk menarik para pendengar ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi atribut-atribut K-Lite Radio yang digunakan dalam penggambaran *perceptual mapping*.
2. Memetakan posisi K-Lite Radio di dalam lingkup persepsi pendengar dilihat dari penggambaran di *perceptual mapping* .
3. Membuat rekomendasi perbaikan posisi K-Lite Radio agar dapat menarik calon pendengar.

I.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat batasan yaitu sebagai berikut :

1. Responden untuk pengisian kuesioner penelitian ini diutamakan adalah responden dewasa yang sesuai dengan segmen sasaran K-Lite Radio yaitu dengan rentang usia 25-45 tahun.
2. Pesaing yang dilibatkan merupakan pesaing dalam lingkup segmen radio dewasa dan berada di Kota Bandung.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap perumusan rekomendasi perbaikan saja.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan didapat dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi perbaikan K-Lite Radio dengan melihat lingkup kompetitor.
2. Hasil penelitian ini dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari setiap atribut untuk mencari prioritas rekomendasi perbaikan K-Lite Radio.
3. Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis *positioning* ini dapat memperlihatkan peluang maupun ancaman bagi K-Lite Radio dengan

kompetitornya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk perkembangan ke depan.

I.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini, dapat dipaparkan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini merupakan uraian latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas tinjauan pustaka atau literatur. Literatur yang relevan dengan metode-metode yang digunakan dan perbandingannya dengan metode terdahulu pada penelitian yang pernah dibuat.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan model konseptual dari penelitian yang dilakukan yaitu menggambarkan secara jelas apa saja yang akan diteliti sehingga dapat mencapai tujuan akhir dari penelitian ini. Selain itu, dalam bab ini akan digambarkan bagaimana sistematika penelitian yang dilakukan dari proses awal sampai akhir disertai bagaimana cara melakukan proses-proses tersebut.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini menjelaskan bagaimana proses pengumpulan dan pengolahan data yang dibutuhkan dalam penelitian mulai dari penggalian atribut-atribut sampai dengan penggambaran hasilnya dalam *perceptual mapping*.

Bab V Analisis Data dan Rekomendasi

Pada bab ini menjelaskan bagaimana analisis dari hasil pengolahan data dari metode *Multidimensional Scaling* dan memberikan rekomendasi perbaikan untuk K-Lite Radio.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian dan pemberian saran untuk penelitian yang telah dilakukan tersebut.