

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Di era modern saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Hal itu sangat berkaitan erat dengan media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang efektif bagi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan dan kalangan masyarakat. Radio sering ditempatkan sebagai "teman setia" yang dapat menemani kegiatan sehari-hari para pendengarnya.

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan langkah-langkah untuk memperkenalkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran merupakan sarana yang paling efektif untuk menunjang tingkat penghasilan bagi setiap perusahaan. Salah satu langkah dalam bidang pemasaran adalah periklanan. Setiap perusahaan akan berusaha mengaktifkan bidang pemasarannya melalui periklanan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan demi kelangsungan hidup perusahaan.

"Iklan merupakan salah satu media komunikasi dalam aktivitas ekonomi dalam upaya mengenalkan produk kepada konsumen. Situasi pasar yang kompetitif menjadikan tidak ada suatu bisnis yang mampu bertahan lama tanpa didukung oleh bauran komunikasi pemasaran,

Iklan merupakan sarana pemasaran produk atau jasa yang mampu tampil menarik dan persuasif.” Jefkins (1997:15)

Dalam setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi, dengan komunikasi, kegiatan pemasaran akan berlangsung dengan sedemikian rupa dan dapat mendapai segala sesuatu yang diinginkan, salah satunya proses pembelian. Pada tingkat dasar komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan. Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama, yaitu mendengarkan, bereaksi, dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan. Pertukaran informasi, penjelasan-penjelasan yang bersifat membujuk, dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut. Asmajasari (1997:1).

Play99ers Radio Bandung selain sebagai media yang menjadi sumber informasi, pendidikan dan hiburan bagi masyarakat, juga berdiri untuk meraih pendengar sehingga menarik banyak pemasang iklan dengan menggunakan radio untuk mengiklankan produk/jasa mereka kepada masyarakat, oleh karena itu divisi/bagian pemasaran *play99ers* radio harus mengetahui kelebihan atau kekuatan dan kelemahan atau kekurangan suaran iklan, agar

dapat menyusun strategi penjualan dan dapat menyakinkan para pemasang iklan untuk beriklan dengan strategi pemasaran yang baik.

Salah satu kelebihan dalam beriklan di *play99ers* radio bandung yaitu dengan singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan, dengan materi yang dikemas dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar, selain itu masyarakat pun dapat menikmati siaran radio tersebut karena daya jangkauan radio saat ini semakin luas dengan demikian *play99ers* radio merupakan media yang ideal untuk mengiklankan barang maupun jasa..

kaitannya program *play school attack* dengan calon pemasang iklan yaitu karena begitu ketatnya persaingan di dunia radio maka *play99ers* dituntut supaya mempunyai program yang menarik dengan kelebihan-kelebihan khusus untuk meraih khalayak sasaran, oleh karena itu *Play99ers* Radio Bandung sebagai sebuah institusi yang berorientasi pada profit harus dapat melihat dan memanfaatkan adanya celah pasar yang ada untuk dapat mempertahankan kehidupannya, *Play99ers* radio bandung telah memanfaatkan celah pasar yang ada dengan menggunakan program-program yang aktif hingga saat ini yang memiliki segmentasi pendengar yang cukup banyak, yang mampu membuat calon pengiklan tertarik untuk mengiklankan produk atau jasanya di *play99ers* radio bandung.

Salah satu radio yang menyusun strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pemasang iklan adalah *play99ers* radio bandung yang

menciptakan program *on air* maupun *off air* yang kreatif, inovatif dan berkualitas untuk menarik minat pendengar dan mitra usaha (Pemasang Iklan). Serta membuka peluang kerjasama dengan berbagai pihak untuk berperan aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Setiap stasiun radio memiliki khas masing-masing sesuai dengan segmentasinya, seperti *Play99ers* Radio 100 FM Bandung memiliki khas dalam menyajikan musik-musik masa kini dan segmentasinya mengarah pada usia 15 - 24 tahun (Sumber: proposal *general play school attack*), Persaingan stasiun radio saat ini cukup kompetitif karena banyaknya stasiun radio baik baru atau lama di Bandung. Sehingga cukup sulit untuk menarik minat dengar khalayak. Untuk itu stasiun *Play99ers* Radio harus menentukan target pendengar agar dapat menentukan pola penyiaran. Masing-masing stasiun radio memiliki pola penyiaran yang berbeda-beda. Hal ini dimaksudkan untuk menentukan target pendengarnya.

Pada dasarnya setiap stasiun radio tidaklah sulit dalam membuat sebuah program siaran, tetapi hal yang terjadi setelah membuat program siaran adalah bagaimana cara membuat programnya terus bertahan dan tetap dinikmati juga disukai oleh pendengarnya, sehingga program tersebut dapat mempertahankan eksistensinya. Oleh sebab itu, dalam menyusun program siaran, untuk program anak muda diperlukan sebuah strategi dengan harapan program tersebut dapat disukai pendengar juga menjadi sarana pendidikan, informasi, dan memengaruhi kepada kebaikan bagi pendengar. Strategi

diperlukan agar pengelola media penyiaran dapat menciptakan program dengan kualitas yang baik, sehingga mampu menarik perhatian audien.

Play99ers Radio Bandung melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan rating pendengar agar bisa bertahan di persaingan industri yang semakin berkembang. Pekerja radio harus melakukan strategi dan tindakan untuk menarik perhatian pendengar sehingga jumlah pemasang iklan akan tertarik untuk beriklan. Keberhasilan suatu radio dan meningkatnya jumlah pemasang iklan, tentu tidak lepas dari strategi komunikasi pemasaran yang baik.

Dari beberapa program yang ditawarkan oleh *play99ers* Radio salah satunya yaitu program *play school attack* program tersebut termasuk salah satu program yang diunggulkan oleh *play99ers* yang dimana program tersebut untuk mempromosikan Universitas atau Sekolah Tinggi dengan konsep edukasi yang menyenangkan dan juga memotivasi siswa untuk masuk jurusan yang sesuai dengan minat dan bakat, program yang menarik dapat mendatangkan banyak pendengar yang akan mendatangkan banyak pemasang iklan, iklan dapat mendatangkan keuntungan, program *play school attack* dihadirkan tidak hanya untuk memberikan informasi mengenai pendidikan tetapi juga untuk mencari pengiklan, agar dapat menarik pengiklan maka stasiun radio perlu memproduksi program yang menarik agar didengar oleh masyarakat. (Sumber : Proposal *General play school attack Play99ers* Radio Bandung).

Program tersebut tujuannya untuk menambahkan jumlah pemasang iklan di *play99ers* untuk keberlangsungan perusahaan, dalam hal ini perusahaan dituntut untuk menjalin komunikasi yang baik dan harmonis, karena melalui komunikasi yang baik merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan dengan calon pemasang iklan bandung, melalui divisi pemasaran, Konsumen secara luas akan lebih mengetahui tentang *play99ers* secara positif, karena bahwa kenyataanya divisi pemasaran *play99ers* bandung yang berfungsi tidak hanya memperkenalkan jasa, memelihara citra tetapi mendorong pengiklan, menarik minat pengiklan agar menggunakan jasa *play99ers* (Sumber. Ramadhan, Ketua *Marketing Play99ers*).

Dalam meningkatkan minat pengiklan *Play99ers* radio bandung akan memfokuskan dalam mencari pemasukan bagi radio, dalam membuat suatu program *play99ers* akan menawarkan program yang masyarakat sukai, dengan tanpa adanya pendengar, tidak akan ada pengiklan dan itu berarti tidak ada pemasukan bagi radio. Program tersebut juga harus dikemas secara menarik dan di dukung dengan peralatan yang canggih seperti pemancar dan mixing yang mempuni dari seorang penyiar yang membawakan program tersebut, Dengan kombinasi ini, dapat di pastikan masyarakat akan dengan senang hati mendengarkakn dan berpartisipasi di radio, jumlah pendengaryang banyak inilah ayang akan dijual oleh *play99ers* radio kepada calon pengiklan, dengan memberikan survey jumlah pendengar dan luar jangkauan siar, pengiklan yakin usaha promosinya akan maksimal.

Untuk lebih meningkatkan jumlah pemasang iklan perlu adanya perbaikan dalam berbagai hal. Salah satu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah kualitas kinerja bagian pemasaran (*marketing*). Seorang marketing harus memiliki pengetahuan dan memahami karakteristik radio dalam beriklan. Hal tersebut merupakan pengetahuan yang sangat diperlukan untuk menarik hati para pemasang iklan. Itulah sebabnya keterampilan bagian pemasaran (*marketing*) dalam berkomunikasi sangat diperlukan.

Penting adanya strategi khusus untuk mempertahankan minat para pemasang iklan, karena pendapatan dari iklan menentukan keberlanjutan dari radio komersial tersebut, strategi yang mampu meningkatkan minat pemasang iklan adalah strategi komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran merupakan sebuah aktivitas pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan meningkatkan minat pengiklan.

Komunikasi pemasaran digunakan oleh radio untuk menarik dan meningkatkan minat pengiklan, komunikasi pemasaran dianggap sebagai salah satu faktor keberhasilan dalam meningkatkan minat pengiklan, dalam penelitian ini, akan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran play99ers radio bandung melalui program play school attack dalam meningkatkan minat pengiklan, sehingga diperoleh lebih banyak iklan yang berdampak pada meningkatkan keuntungan dan eksistensi radio.

Berdasarkan uraian di atas menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti dalam mengetahui strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang dijalankan oleh *Play99ers* Radio Bandung , sehingga peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih jauh mengenai strategi pemasaran tersebut dalam sebuah penelitian yang berjudul : “Strategi Komunikasi Pemasaran *Play99ers* Radio Bandung Melalui Program *Play School Attack* Dalam Meningkatkan Minat Pengiklan).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka terdapat permasalahan yang akan dikaji, **Bagaimana Strategi Pemasaran *Play99ers* Radio Bandung dalam meningkatkan minat pemasang iklan pada program “*Play School Attack*”**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana **Perencanaan dan Persiapan Kegiatan** oleh *Play99ers* Radio melalui program *Play School Attack* dalam meningkatkan minat pengiklan.
2. Bagaimana **Pelaksanaan Kegiatan** oleh *Play99ers* Radio melalui program *Play School Attack* dalam meningkatkan minat pengiklan.
3. Bagaimana **Komunikasi** oleh *Play99ers* Radio melalui program *Play School Attack* dalam meningkatkan minat pengiklan.

4. Bagaimana **Monitoring dan Analisis Situasi** oleh *Play99ers* Radio melalui program *Play School Attack* dalam meningkatkan minat pengiklan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun maksud dan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana **Strategi Komunikasi Pemasaran *Play99ers* Radio Bandung Melalui Program *Play School Attack* Dalam Meningkatkan Minat Pengiklan**

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan fokus penelitian di antaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Perencanaan dan Persiapan Kegiatan** oleh *Play99ers* Radio Bandung dalam meningkatkan minat pengiklan
2. Untuk mengetahui **Pelaksanaan Kegiatan** oleh *Play99ers* Radio Bandung dalam meningkatkan minat pengiklan
3. Untuk mengetahui **Komunikasi** oleh *Play99ers* Radio Bandung dalam meningkatkan minat pengiklan

4. Untuk mengetahui **Monitoring dan Analisis Situasi** oleh *Play99ers* Radio Bandung dalam meningkatkan minat pengiklan

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian di bagi menjadi 2, Secara Teoritis dan Secara Praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini dapat mengetahui salah satu jenis penelitian kualitatif dalam bidang Ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi humas. Sehingga mendapatkan gambaran tentang konsentrasi humas atau *Marketing Public Relations*. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai salah satu referensi dalam pembuatan laporan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga bisa membuat penelitian yang lebih baik lagi. Juga sebagai aplikasi Ilmu komunikasi dan tentang *Marketing Public Relations*, Khususnya pada pemasaran melalui media masa radio. Pada permasalahan yang diteliti ini melalui pemaparan ilmu dan teori yang dipelajari selama perkuliahan dan yangn terjadi di lapangan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, dan khususnya sebagai literature untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi humas, terutama bagi penelitian selanjutnya dan mengkaji penelitian yang sama mengenai Strategi pemasaran *Play99ers* Radio dalam meningkatkan minat pengiklan.

3. Bagi *Play99ers* Radio Bandung

Sebagai masukan dari pihak stasiun *Play99ers* Radio Bandung terutama pada program “*Play School Attack*” supaya lebih memperoleh masukan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat pengiklan pada program *play school attack*, dan juga dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan efisiensi serta kualitas pelayanan dalam pengembangan dan pengelolaan perusahaan.