

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dahulu nama Radio Play99ers sangat terkenal sampai bisa berada di tingkat paling atas di jajaran radio se- Kota Bandung. Sebelum terjadinya akuisisi radio Play99ers Bandung, karyawan di dalam perusahaan tersebutpun khususnya para penyiar sangat dikenal oleh semua kalangan mulai dari remaja hingga dewasa, berbeda dengan sekarang yang bisa dibbilang beberapa karyawan terutama dari penyiar itu sendiri masih terbilang baru, jadi masyarakat masih belum mengenal para penyiar baru. Sekitar tahun 2007, Play99ers Bandung, bisa dibbilang cukup sukses pada masanya. Namun, sekitar tahun 2013 pihak perusahaan menutup *coffe shop* tersebut dan menarik semua *merchandise* dikarenakan faktor financial yang mengharuskan mereka menutupnya, yang kemudian *coffe shop* dan *merchandise* tersebut.

Setelah kurang lebih tujuh belas tahun berdiri, akhirnya radio Play99ers mengalami penurunan drastis sejak tahun 2013 awal. Pada tahun tersebut menjadi momen yang kurang diharapkan karena adanya perpindahan kantor Play99ers dari BRI tower di Jalan Asia Afrika ke Jalan Ir. H. Juanda di Dago. Saat itu radio sempat mengalami off air selama tiga hari, dan mengakibatkan para pendengar berkurang cukup banyak. Selama tujuh taun berturut – turut radio Play99ers selalu menjadi radio anak muda pertama di Bandung. Menurut narasumber yang saya wawancarai yaitu Ramadhan Dwi Rakhmawan selaku Station Manager.

Selain salah satu factor perpindahan tempat, ada juga pergeseran visi dan misi yang terlihat dari pemilik radio Play99ers dan pemimpin radio Play99ers yang baru. Faktor *financial* dari perusahaan tersebut juga mempengaruhi perpindahan management, masalah internal dalam perusahaan pun menjadi salah satu factor perpindahan kepemimpinan di perusahaan radio play99ers ini, begitu menurut pemaparan salah satu karyawan yang sudah lama bekerja disana dan saat ini beliau masih dipertahankan di perusahaan. Dari situlah sudah mulai turun nama atau brand play99ers di mata masyarakat khususnya dikalangan remaja dan perusahaan memasuki masa – masa sulit, seperti masalah keuangan, branding yang menurun serta karyawan yang satu persatu keluar karena factor pemulihan perusahaan.

Begitu juga dengan penjualan yang menurun dialami oleh play99ers, berbagai strategi pemasaran dilakukan untuk menaikkan rating play99ers agar play99ers bisa dikenal kembali oleh khalayak, melihat beberapa bulan kemarin play99ers mengalami kerugian yang cukup besar. Pemasaran play99ers menawarkan program baru kepada perusahaan – perusahaan untuk memasang iklan di play99ers sangat membantu penjualan program yang ditawarkan kepada perusahaan – perusahaan untuk mengangkat nama play99ers lagi. Hal tersebut dikemukakan oleh Bapak David selaku Kepala Bagian Marketing Radio Play99ers Radio.

Ketika penulis mewawancarai Bapak Ramadhan Dwi Rakhmawan, beliau menyebutkan beberapa program unggulan yang menjadikan strategi penjualan untuk pemasaran play99ers Bandung, yang akan saya jelaskan sebagai berikut. Program – program yang ditawarkan kepada perusahaan yaitu Pulang Sore

Challenge, *Let's eat*, *Movie Station* dan *Music Ego*. Penelitian ini memfokuskan kepada program *Pulang Sore Challenge*, program yang menawarkan review café, menu, harga dan promo di café tersebut. Selama tiga jam live on air di café tersebut di jam pertama itu penyiar akan mengajak para pelanggan untuk datang ke café dan memutarakan music kepada pendengar radio play99ers dan dijam kedua, akan ada interview dengan owner atau marketing di café tersebut. Dan dijam ketiga, ada *Challenge* yaitu tantangan yang sudah disiapkan oleh pihak café atau pihak play99ers, apabila penyiar dari play99ers tidak bisa menyelesaikan tantangan maka pihak play99ers akan memberikan tambahan adlips kepada pihak café sebesar tujuh kali.

Penulis meneliti dan mengamati perihal penyajian iklan dalam memasarkan program *Pulang Sore Challenge* Radio Play99ers Bandung, yang pertama menurut Ramadhan Dwi Rakhmawan selaku Station Manager Play99ers Radio, mengatakan bahwa

“Biasanya Radio Play99ers menggunakan jenis – jenis iklan Adlips, spot, ob van, insert quis, blocking time (Talk show), produser spot, twitter, Instagram (live), dan banner. Ini adalah jenis – jenis iklan yang digunakan oleh play99ers Bandung untuk menawarkan kerjasama kepada perusahaan – perusahaan yang ingin beriklan di radio play99ers Bandung”.

Tujuan iklan Radio Play99ers Bandung, kalo ditanya tujuan iklan pasti lebih ke target pendengar, kita yaitu kalangan remaja. Dan juga penjualan prpgram yang biasanya tergantung kepada client, seperti ia mempunyai produk dan ingin memasang iklan ke Radio Play99ers Bandung ma uke brand atau mau kepenjualan jadi balik lagi kepada client.

Format iklan Radio Play99ers Bandung, harus mudah didengar oleh remaja. Yang dipakai oleh Radio Play99ers Bandung untuk menjual produk dari client yang mengiklan di Radio play99ers Bandung itu konsepnya tetap remaja agar bisa diterima dikalangan remaja dan ke kalangan dewasa, seperti menjual produk yang biasanya hanya menggunakan kata -kata “belilah produk tersebut” tetapi di Radio Play99ers Bandung tidak langsung ke pointnya agar kalangan remaja mengerti isi iklan tersebut.

Pesan iklan Radio Play99ers Bandung, tergantung pesanan klien yang akan mengiklan di program Play99ers Bandung. Setelah mengetahui apa yang akan disampaikan maka akan dikembangkan oleh Radio Play99ers Bandung.

Penggunaan media social dalam mendukung iklan, media social yang mendukung iklan tetap berjalan yaitu memakai Instagram, Live, Twitter, dan web Radio Play99ers Bandung.

Penggunaan media social dalam mendukung iklan media social yang mendukung iklan tetap berjalan yaitu memakai Instagram, Live, Twitter dan Web Radio Play99ers Bandung.

Iklan atau adversting dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor yang diketahui. Adapun maksud ‘dibayar’ pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli. Dan maksud kata ‘nonpersonal’ berarti suatu iklan melibatkan media massa (TV, radio, majalah, koran) yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan. (Morissan, 2014:17-18). Iklan

merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrument promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Maka dari itu iklan adalah jenis komunikasi pemasaran, yang merupakan istilah umum yang mengacu kepada semua bentuk. Teknik komunikasi yang digunakan pemasar untuk menjangkau konsumennya dan menyampaikan pesan . Jika Bahasa sederhananya yaitu periklanan adalah soal penciptaan pesan dan mengirimkannya kepada orang dengan harapan orang itu akan bereaksi dengan cara tertentu. Iklan adalah pesan yang kebanyakan dikirim melalui media. Jika konsumen bereaksi sebagaimana yang dikehendaki pengiklan, maka iklan itu dianggap efektif. (Moriaty dkk, 2011: 6)

Maka dari itu peneliti ini memfokuskan kepada Program Pulang Sore Challenge radio Play99ers Bandung yang dimana program ini menjadi program unggulan di Radio Play99ers Bandung yang bisa membangkitkan perusahaan dimana perpindahan manajemen yang membuat perusahaan belum bisa stabil kembali saat siaran berlangsung . Alat – alat yang ada di Play99ers belum bisa mendukung karena perusahaan ini memulai dari 0 lagi untuk bisa bangkit kembali seperti pada jamannya Radio Play99ers nomer 1 di Kota Bandung.

Pendekatan yang peneliti ambil yaitu memakai pendekatan studi kasus. Kasus pada penelitian ini adalah bagaimana penyajian iklan dalam radio Play99ers Bandung dapat mempromosikan café melalui media social. Lalu, bagaimana pula radio Play99ers tetap konsisten dengan media massa yaitu melalui radio. Sehingga

promosi yang akan ditampilkan melalui media social pun mendukung radio untuk mempromosikan café di Kota Bandung.

Masalah yang diteliti adalah bagaimana promosi yang dilakukan oleh radio Play99ers ini sampai kepada pendengar Program Pulang Sore Challenge dan para pendengar dapat tertarik dengan penyajian iklan yang diberikan oleh radio Play99ers kepada pendengar Program Pulang Sore *Challenge*. Adapun keunikan dari penelitian ini yaitu dengan mempromosikan melalui media social *live* video Instagram dan *instastory* tanpa keluar dari tugas yang seharusnya dilakukan oleh media massa (radio).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan, maka peneliti menetapkan rumusan masalah makro dalam penelitian ini “Bagaimana Penyajian Iklan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers Bandung”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana karakteristik iklan *café* melalui Program Pulang Sore Challenge Radio Play99ers Bandung?
2. Bagaimana Penggunaan Media Sosial dalam Mendukung Iklan *café* melalui Program Pulang Sore Challenge Radio Play99ers Bandung?
3. Bagaimana *Live On Air café* di Bandung menjadi pendukung utama dalam mempromosikan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari adanya penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan mengenai Bagaimana Penyajian Iklan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers Bandung. Dengan dilakukannya penelitian ini dapat memahami Bagaimana Penyajian Iklan lebih baik dan menambah wawasan serta pemahaman mengenai Iklan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik iklan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers Bandung.
2. Untuk mengetahui Penggunaan Media Sosial dalam mendukung iklan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers Bandung.
3. Untuk mengetahui *Live On air café* di Bandung menjadi pendukung utama dalam mempromosikan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* radio Play99ers Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan dan pendalaman bidang kajian ilmu komunikasi . Khususnya mengenai iklan di Radio siaran. Diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan masukan positif mengenai Penyajian Iklan *café* melalui Program Pulang Sore *Challenge* Radio Play99ers

Bandung dalam organisasi terutama diperusahaan yang diteliti yang sedang mengalami ketidak seimbangan pendapatan dalam perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan untuk Peneliti

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu yang selama ini diterima oleh peneliti baik teori maupun praktik, serta guna menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam kajian Marketing Komunikasi.

b. Kegunaan untuk Program Studi / Akademik

Kegunaan penelitian ini yaitu bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus mengenai perkembangan periklanan, khususnya pada bidang iklan radio agar perkembangan periklanan radio di Indonesia semakin berkembang. Dan sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya terutama yang melakukan penelitian dengan kajian yang sama.

c. Kegunaan untuk Play99ers Radio 100FM Bandung

Hasil penelitian ini diharapandapat menjadi bahan informasi tentang komunikasi pemasaran dapat dijadikan masukan bagi profesi dan dapat menyadarkan pihak yang terkait terhadap tanggung jawab mereka dalam rangka memperbaiki pemasaran iklan radio di Indonesia