

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media komunikasi modern telah memungkinkan masyarakat di seluruh dunia untuk berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena berbagai media dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Radio merupakan salah satu bentuk media massa yang secara efektif dapat menjangkau khalayak yang besar. Media penyiaran adalah organisasi yang menyebarkan informasi berupa budaya atau informasi yang mempengaruhi khalayak.

Radio sebagai media massa terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dimulai dari zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, dan zaman orde baru. Mulai dari radio yang segmentasinya luas, sampai yang mempersempit diri dalam segmentasi. Radio yang dulunya bersifat umum, sekarang dikenal dengan radio wanita, radio untuk anak muda, radio untuk remaja, radio khusus berita, radio budaya dan lain sebagainya.

Radio merupakan salah satu media massa yang berkaitan erat dengan kebutuhan masyarakat yang dapat memberikan berbagai macam informasi, hiburan, dan pendidikan. Radio sebagai media massa yang efektif dalam penyebaran informasi, berbagai macam informasi bisa disampaikan dengan audio yang jelas dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Radio juga menyebabkan ketergantungan terhadap masyarakat karena tidak dapat dipisahkan dengan kebiasaan mendengarkan radio karena Radio memberikan kepuasan tersendiri terhadap pendengarnya dengan adanya radio tersebut sangat

praktis sehingga masyarakat dapat mendengarkan radio dimana saja dan kapan saja. Didalam radio sangat diperhatikan bagaimana cara berkomunikasi terhadap masyarakat, maka beberapa stasiun radio memiliki khas sendiri-sendiri dalam bersiaran atau berkomunikasi agar dapat menarik minat dengar masyarakat sebanyak mungkin

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian *audience*. Salah satu usaha yang dilakukan yakni dengan membawakan acara yang sesuai dengan segmentasi yang dituju sesuai dengan visi dan misi radio itu sendiri dengan pola penyiaran yang menarik, sehingga banyak diminati oleh *audience* untuk mendengarkan siaran dari stasiun radio tersebut.

Peran dan kualitas penyiaran perlu ditingkatkan, mengemas program-program yang disajikan kepada penonton dan mencuri hati pendengar agar selalu *on* frekuensi. Dalam penyiaran, sangat penting untuk memperhatikan bagaimana berkomunikasi dengan publik, sehingga beberapa stasiun radio memiliki karakteristik sendiri dalam penyiaran atau komunikasi, baik dalam penyiaran, program atau peralatan operasi, penyiaran itu sendiri dikelola, membuatnya berkelanjutan. Kemenangan tersebut menyentuh hati penonton dan menggugah animo masyarakat luas. lebih banyak lebih baik

Persaingan stasiun radio saat ini cukup kompetitif karena banyaknya stasiun radio baik baru atau lama di Kabupaten Kuningan, sehingga cukup sulit untuk menarik minat dengar khalayak. Minat yang dalam bahasa inggris disebut *interest*, dalam komunikasi pemasaran berarti indikator atas ketertarikan pelanggan potensial terhadap produk atau jasa tertentu. Minat adalah prasyarat sebelum

pembelian. Tanpa minat, hanya ada sedikit kemungkinan untuk mengembangkan siklus pembelian. Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau kecenderungan menyenangkan sesuatu objek. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati.

Menurut Iqbal Tawakal, ia adalah brand manager stasiun radio Prambors yang pertama :

“Kalau sekarang kita cari sesuatu, kita cari yang sekarang bisa kita lihat, artinya kaya gua. Terakhir, kita coba buat platform lain untuk menikmati, bukan audio saja, media tradisional, seperti radio, harus mengikuti apa yang disukai masyarakat saat membuat konten, kata Iqbal. Karena relevan dengan apa yang diminati audiens Anda adalah kunci untuk menarik minat pada menjamurnya konten digital. Konten memang harus fokus karena sekarang ini kita jarang nonton TV, kita banyak nonton Youtube, jadi kita fokus ke hal-hal seperti ini biar menarik”, (Iqbal Tawakal, Radio di era digitalisasi, eventori.id).

Daya tarik merupakan faktor utama dalam membuat suatu konsep acara. Tanpa adanya suatu daya tarik tersendiri yang menjadi prioritas dari konsep, acara yang dibuat tidak akan berhasil dan tidak memiliki tujuan yang menjadi hasil dari konsep acara tersebut.

Radio Megaswara Kuningan adalah salah satu *Media Network* (jaringan media) yang mengudara melalui frekuensi 89,8 FM. Megaswara Kuningan lahir sejak tahun 2003 dibawah label perusahaan PT CAHAYA STATION (CST), dan pada tahun 2005 berubah nama menjadi MEGASWARA. Sejak keberadaannya di Kabupaten Kuningan, Radio Megaswara Fm Kuningan langsung disambut antusias oleh masyarakat Kabupaten Kuningan, Cirebon, Tegal, Ciamis dan sebagian

Tasikmalaya. Bahkan dari data survey yang dilakukan oleh PT Kalbe Farma periode 2006 - 2009, Megaswara Kuningan menjadi radio rangking 1 *top of mind* radio *by* radio Kabupaten Kuningan.

Alasan peneliti memilih Radio Megaswara Kuningan karena salah satu program acara yang menarik menurut Komunitas Megaswara Fan's Club yaitu "Kuningan Update", yang disiarkan pada hari Senin-Jum'at pukul 06:00-09:00 WIB dan sebagian besar partisipannya adalah anak muda sampai golongan orang tua . Acara Kuningan Update ini membahas tentang berita-berita terbaru yang ada di Kuningan.

Yang dibahas dalam program acara Kuningan Update ini memberitahu Masyarakat tentang kejadian atau peristiwa seperti bencana alam atau *Event-event* menarik yang ada di Kawasan Kuningan, Ini juga bisa membuat khalayak minat untuk mendengarkan program tersebut agar masyarakat bisa mengetahui apa saja yang terjadi di daerah tersebut.

Dalam hal ini, khalayak dianggap sebagai individu yang aktif. Khalayak selalu berusaha menentukan media apa yang paling tepat yang dapat memenuhi kebutuhannya, seperti kebutuhan akan hiburan, informasi, pendidikan, dan sebagainya. Disisi lain juga banyak masyarakat yang sudah melupakan radio karena di generasi sekarang, rata-rata anak muda menggunakan *gadget* yang dimana kebutuhan bisa lebih praktis. Untuk itu, Radio Megaswara Kuningan membuat suatu program acara Kuningan Update yang merupakan satu-satunya acara yang berfokus pada berita tentang Kuningan, dan dijadikan sebagai program acara yang membahas tentang info-info yang ada di Kuningan.

Berdasarkan data dan uraian yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti Sejauhmana Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*?

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejauhmana **Daya Tarik Emosional** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club* ?
2. Sejauhmana **Daya Tarik Rasional** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club* ?
3. Sejauhmana **Daya Tarik Moral** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club* ?
4. Sejauhmana Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Pengenalan (Kognisi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club* ?
5. Sejauhmana Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Perasaan (Emosi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*?
6. Sejauhmana Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Kemauan (Konasi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club* ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur mengenai Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*?

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui **Daya Tarik Emosional** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.
2. Untuk Mengetahui **Daya Tarik Rasional** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.
3. Untuk Mengetahui **Daya Tarik Moral** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.
4. Untuk Mengetahui Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Pengenalan (Kognisi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.

5. Untuk Mengetahui Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Perasaan (Emosi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.
6. Untuk Mengetahui Daya Tarik Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Kemauan (Konasi)** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.
7. Untuk Mengetahui **Daya Tarik** Dari Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap **Minat** Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang menyangkut bidang Komunikasi dan pengembangan ilmu komunikasi secara umum, serta memberikan gambaran yang jelas mengenai komunikasi massa khususnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat , yaitu untuk :

A. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan bermanfaat dalam upaya pengembangan ilmu yang diperoleh oleh peneliti secara teoritis selama proses akademik. Baik Ilmu Komunikasi secara umum dan studi tentang Daya

Tarik Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*.

B. Akademi

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi, sebagai referensi, terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama mengenai Daya Tarik Isi Pesan Program “Kuningan Update” Di Radio Megaswara Kuningan 89.8 Fm Terhadap Minat Mendengar Komunitas Megaswara *Fan’s Club*

C. Radio Megaswara Kuningan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk melakukan evaluasi tentang kualitas isi pesan program Kuningan update yang disampaikan kepada pendengar atau khalayak, sehingga radio Megaswara Kuningan dapat meningkatkan minat pendengar di mata konsumennya.

D. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu kehidupan sehari hari sebagai sarana dalam penyampaian pesan kepada masyarakat.

E. Pendengar

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pendengar belajar menjadi pendengar yang baik, tak hanya mendengar, namun juga memahami lebih dalam topik yang sedang dibahas oleh penyiar atau program radio tersebut.