

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di era modern saat ini begitu cepat berkembang untuk memenuhi pentingnya informasi terhadap konsumsi publik. Informasi yang dibutuhkan oleh publik saat ini adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Situasi ini jelas mempengaruhi media penyiaran yang memegang peranan sebagai media hiburan dan informasi merasa terancam oleh meningkatnya perkembangan teknologi di masa sekarang. Media penyiaran harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini, apabila ingin tetap bertahan dan eksis di kalangan masyarakat, dengan cara penggabungan teknologi internet dan memperluas jaringan media penyiaran lokal (Hariana Anastasia, 2020).

Menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Radio merupakan salah satu media penyiaran yang memberikan informasi dan hiburan. Industri media penyiaran harus beradaptasi di era kemajuan teknologi saat ini, salah satunya radio yang harus mengembangkan diri untuk memenuhi permintaan dan tuntutan karakteristiknya sebagai jati diri mereka yaitu media informasi, pendidikan dan hiburan kepada pendengarnya. Jumlah platform radio saat ini di Indonesia terus meningkat, banyak juga platform radio lokal yang berkembang dengan segmentasi pendengar, dengan format acaranya yang harus dikelola dan dikembangkan dengan baik agar memberikan hasil yang optimal untuk disampaikan kepada pendengarnya. Dalam dunia penyiaran, radio memiliki kelebihan tersendiri yaitu auditif meskipun hanya berupa suara dan tidak berbentuk visual seperti televisi ataupun media cetak seperti koran, radio memiliki keunggulan yaitu menarik pendengar hanya dengan menggunakan suara.

Menurut hasil survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik (BSI), masyarakat (usia 10 tahun ke atas) yang mendengarkan radio dalam 1 minggu terakhir hanya 13,31 % pada tahun 2018. Angka tersebut merosot jauh dari 50,29 % pada tahun 2003 (Kusnandar, 2019). Alhasil dapat disimpulkan bahwa pendengar radio dari tahun ke tahun terus berkurang, oleh sebab itu bagaimana cara

platform-platform radio terutama radio lokal di Indonesia memasarkan stasiun mereka kepada masyarakat, agar tingkat pendengar di Indonesia mengalami kemajuan

Di era media baru saat ini kemajuan pesat internet mulai dimanfaatkan dengan baik oleh platform-platform radio untuk melakukan inovasi baru, berupa live streaming online dan podcast agar dengan mudah diakses oleh para pendengarnya. Hal ini dikarenakan masyarakat selalu mengakses internet dalam segala aktivitas, di dukung dengan kemajuan teknologi informasi yang serba cepat dan mudah. Oleh sebab itu, saat ini kita sedang berada di era konvergensi media, dimana masyarakat akan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, yakni mengakses internet dan mendengarkan radio. Karena itu platform-platform radio memanfaatkan media baru untuk lebih dekat dengan pendengarnya, bahkan akan terasa lebih mudah bagi pendengar untuk mencari informasi tentang radio kesukaan mereka. (Kusuma, 2022)

Digitalisasi penyiaran memberikan banyak keunggulan kepada pendengar. Pertama, efisien dalam penggunaan frekuensi. Kedua, kualitas audio yang diterima oleh pendengar bermutu tinggi sehingga cocok untuk mempresentasikan panyiaran musik. Ketiga, terdapat kemudahan akses bagi masyarakat dibandingkan dengan sistem analog. Pada era saat ini ada perubahan dari analog ke digital, dahulu program siaran masih menggunakan piringan hitam, ataupun kaset. Kini semua file dapat di unduh, disimpan, dan diputar, dengan memanfaatkan kemajuan yang diberikan platform-platform radio, masyarakat kini dapat menikmati siaran radio yang di pancarkan dengan teknologi DAB (Digital Audio Broadcasting). Teknologi digital tersebut menghasilkan siaran yang dapat di dengar dengan kualitas suara jauh lebih baik dan jernih (Maharani, 2021)

Pada era media baru saat ini bukan hanya platform radio ibukota saja yang mengikuti perkembangan media baru, platform radio lokal juga ikut andil dalam bagian ini, salah satunya adalah daerah Yogyakarta. Yang dimana platform-platform radio bisa diakses secara streaming di [jogjastreams.com](http://jogjastreams.com) yang memudahkan para pendengar radio mendengarkan program kesayangan mereka

dimanapun dan kapanpun. Salah satu platform radio lokal yang berada didalam website tersebut adalah Geronimo 106.1 FM jogja, selain itu Geronimo 106.1 FM juga bisa diakses melalui youtube, dan juga bisa di download di aplikasi Appstore dan playstore. Mereka memiliki sosial media Instagram yang memudahkan mereka untuk berinteraksi antara penyiar dan pendengarnya. (Trinoviana, 2017)

Menurut data dari Jogjastreams tahun 2020, salah satu radio di Yogyakarta yang memiliki tingkat eksistensi yang tinggi salah satunya adalah Geronimo106.1 FM, mereka berhasil menempati nomor empat top listener dan most favorite radio (<http://jogjastreamers.com/>). Geronimo 106.1 FM adalah salah satu platform radio tertua di Yogyakarta, yang berdiri sejak tahun 1971. Radio FM pertama di Yogyakarta ini dikelola dengan format top 40 yang tidak hanya menjadi barometer musik saja, tetapi juga menyuguhkan berbagai informasi mengenai duni hiburan, seni budaya dan gaya hidup anak muda dengan tidak meninggalkan konten lokal khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tagline "THE REAL SOUND OF JOGJA". Dengan banyaknya persaingan platform radio yang cukup kompetitif karena banyaknya platform radio baik baru ataupun lama di Yogyakarta yang juga mengkonsep format anak muda, namun Geronimo FM berhasil menjadi salah satu platform radio Yogyakarta yang paling banyak disukai oleh anak muda, selain program-program yang menarik, pemilihan penyiar radio juga menjadi salah satu alasannya. Sebagai radio anak muda, Geronimo FM juga mengelola dan menyediakan wadah bagi komunitas anak muda. Segmentasi target market Geronimo FM adalah pendengar berusia 18-39 tahun. Dengan program tersebut Geronimo FM bisa mempertahankan pendengar mereka, dan juga menginovasi program mereka untuk bersaing dengan platform-platform radio lokal lainnya untuk menarik minat pendengar.

Selain teknologi yang berkembang saat ini, komunikasi pesaran juga mengalami perkembangan, komunikasi pemasaran mampu meningkatkan kompetensi dalam menyusun program yang akan di pasarkan oleh suatu perusahaan. Komunikasi pemasaran yang efektif mampu merancang informasi produk sesuai pemilihan media pemasaran yang tepat untuk membangun identitas perusahaan



tersebut. Proses komunikasi yang efektif harus memperhatikan beberapa hal seperti proses komunikasi, mulai dari komunikator sebagai sumber informasi, isi pesan, media yang digunakan dan kesiapan komunikan (penerima) sehingga mendapatkan respon yang diharapkan. Keberhasilan pemasaran dan pembentukan merek suatu perusahaan tergantung pada kemampuan program komunikasi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen.

Strategi komunikasi pemasaran sangat diperlukan dalam setiap platform radio dalam rangka untuk mempromosikan program-program yang akan mereka berikan kepada para audience dan juga sebagai mengembangkan bisnis penyiaran mereka. Di zaman era media baru saat ini bagian pemasaran memegang peranan penting dalam suatu bisnis penyiaran untuk mempertahankan eksistensi radio selaku media massa yang banyak dinikmati masyarakat. Ada beberapa macam komunikasi pemasaran seperti promosi, public relation, media advertising dan masih banyak lagi yang lainnya. Komunikasi pemasaran yang baik harus dirancang dengan perencanaan yang matang agar perusahaan atau platform radio tersebut dapat menjangkau komunikasi pemasaran yang tepat untuk sasaran mereka. Implementasi komunikasi pemasaran terpadu harus sebisa mungkin disinkronkan dengan perkembangan saat ini, supaya bisa menyesuaikan diri dengan mengikuti trend yang sedang berkembang. (Marentek, 2020)

Berdasarkan uraian diatas menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti dalam mengetahui strategi komunikasi pemasaran seperti apa yang dijalankan oleh Radio Geronimo FM, sehingga peneliti merasa perlu mengkaji lebih jauh mengenai strategi tersebut dalam sebuah penelitian yang berjudul "Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo FM Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Pendengar dan Minat Pengiklan"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka penelitian dapat merumuskan masalahnya sebagai berikut:

Bagaimana Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Radio Geronimo FM Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Pendengar dan Minat Pengiklan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi Komunikasi Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh Radio Geronimo FM Yogyakarta dalam meningkatkan minat pendengar dan minat pengiklan.

### 1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo FM Dalam Meningkatkan Minat Pendengar dan Minat Pengiklan”. Dalam penelitian fokus tidak melebar maka dari itu batasan diperlukan. Penelitian ini dikaji berdasarkan subjektifitas penelitian melalui studi Pustaka untuk menginterpretasi objek penelitian dan hanya bertitik tumpu pada Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo FM Dalam Meningkatkan Minat Pendengar dan Minat Pengiklan.

### 1.5 Mafaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan informasi serta ikut berkontribusi bagi bidang studi ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran, dan juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan perbandingan penelitian selanjutnya

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan saran kepada platform radio melakukan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan pendengar dan minat pengiklan. dan diharapkan penelitian ini memberikan gambaran pengembangan ilmu komunikasi khususnya didalam komunikasi pemasaran

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai penulisan skripsi ini, peneliti menyusun skripsi ini dalam lima bab dalam sistematika. Bab I pendahuluan: Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan skripsi. Bab ini menjadi dasar untuk membangun struktur penelitian yang lebih terfokus terhadap masalah utama yang dibahas pada bab ini

Pada BAB II (Tinjauan Pustaka) peneliti menampilkan dan mendeskripsikan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian saat ini. Selanjutnya peneliti mendetailkan perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya untuk menemukan *novelty/gap* penelitian, sehingga penelitian saat ini memberikan kebaruan dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik pengembangan ilmu komunikasi. Selanjutnya, untuk menekankan kebaruan dalam penelitian, penelitian menggunakan komunikasi pemasaran terpadu (IMC) adalah rangkaian pengembangan dan penerapan secara berbagai wujud program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan yang berlangsung secara terus menerus.

Selanjutnya, pada BAB III (Metodologi Penelitian) peneliti mendeskripsikan secara detail metode penelitian yang digunakan, yang terdiri dari pendekatan atau desain penelitian yang digunakan, objek penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data hasil penelitian.

BAB IV (Hasil dan Pembahasan Penelitian), peneliti mendeskripsikan secara detail dan mendalam terkait temuan penelitian dan diskusi dalam penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian

BAB V (Penutup), peneliti menyampaikan kesimpulan dari penelitian menjadi beberapa poin serta menyampaikan beberapa poin saran untuk penelitian kedepannya agar terjadi perkembangan ilmu pengetahuan.