

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Moderen ini kebutuhan soal informasi sangat lah penting, bahkan sudah menjadi kebutuhan di negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Kebutuhan tersebut bisa di peroleh melalui berbagai media, seperti TV, surat kabar, bahkan radio. Dan masing – masing media mempunyai karakteristik berbeda beda, tetapi mempunyai satu kesamaan yaitu memberikan informasi sekaligus sebagai sarana untuk mengiklankan suatu produk maupun jasa.

Di era moderenisasi dengan globalisasi seperti sekarang ini, eksistensi radio seolah terpinggirkan. Radio sebagai mana yang punya rekam jejak menakjubkan pada masa awal kemerdekaan, era demokrasi terpimpin, hingga Orde Baru, kini perannya seolah mati suri oleh kehadiran Media Televisi, Internet, hingga Telepon Seluler (mobile Media).

Sampai akhir dekade 1980-an masih dapat di saksikan betapa siaran Radio sangat di minati, mulai dari sandiwara radio di radio – radio swasta, pertandingan bulutangkis tingkat internasional di RRI pusat, hingga siaran pertandingan sepakbola Liga Galatama dan Perserikatan yang juga disiarkan secara live oleh stasiun RRI daerah. Baru pada awal 1990-an ketika stasiun televisi swasta bermunculan menyajikan tayangan yang lebih menarik, mulai dari situ keminatan terhadap radio menurun. Dengan kekuatan visualnya, televisi berhasil menyajikan sesuatu yang tidak di punyai radio.

Dengan adanya televisi banyak dari penggiat radio dan media radio ini memberikan beberapa inovasi dan strategi kreatifnya untuk mengangkat kembali ketenaran radio dari beberapa konsumennya yang masih tersisa. Terutama dengan kecepatan informasi yang di punyai radio, para pekerja/karyawan dan pelajar di beberapa kota besar agar tetap bisa menikmati radio.

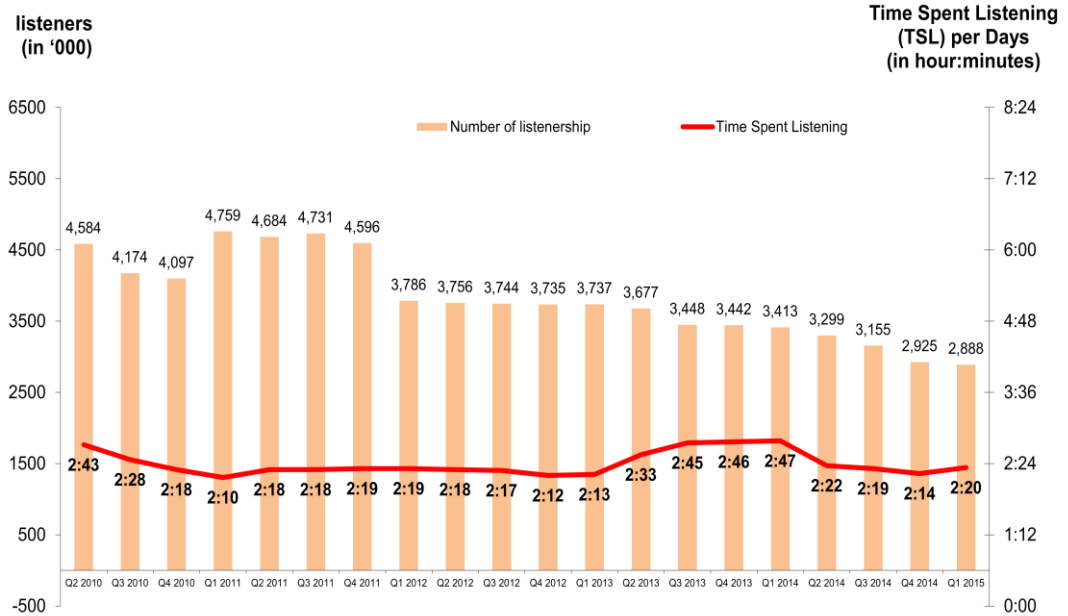
Namun demikian, beberapa inovasi dan strategi kreatif terus yang dilakukan oleh para penggiat radio, media radio ini kini mampu kembali menyapa konsumennya yang masih tersisa. Terutama dengan kecepatan informasi yang di punyai radio, para pekerja/karyawan dan pelajar di beberapa kota besar tetap menikmati siaran radio. Mengacu hasil survei yang dilakukan oleh lembaga Nielsen Listenership Study W1 2015, Tren pendengar radio se -

Gerbangkertosusilo

(Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan) ada sebanyak 7.678.000 orang yang mendengarkan radio (aktif dan pasif). Dan sampai dengan kuartal 1 tahun 2015 ini ada sebanyak 2.888.000 orang yang aktif mendengarkan radio. Dan rata rata mendengarkan selama 140 menit per harinya.

Trends of listenership in Grt. Surabaya

All People 10+, Greater Surabaya (pop : 7,678,000) listen to radio within past one week, in '000



Source: Nielsen Listenership Study W1 2015

Gambar 1.1
Pendengar Radio di Surabaya dan sekitarnya
(sumber Nielsen Listenership Study W1 2015)

Keunggulan lain dengan media komunikasi lainnya, media radio mampu menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibelnya dalam penyajian informasi dengan ragam dan bentuk sajiannya seperti dramatisasi, diskusi, ceramah, atau dialog dan interaktif kepada pendengar. Prinsip utama radio yaitu untuk memutar lagu, dan menemani pendengar sehingga pendengar merasa tidak sendiri, ada yang menemaninya dan mengajaknya berbicara, (Fafa, Program Director Gen FM Surabaya).

Pendengar radio adalah orang yang mendengarkan siaran radio. Dari dasar niat, orang mempunyai sikap simpati dan empati kepada sebuah objek yang

mengesankan sehingga muncul rasa suka, cinta dan menarik hati. Simpati ini didasari beberapa unsur diantaranya motivasi ketertarikan pada isi siaran radio. Bisa dari jenis lagu, suara penyiar, sikap penyiar, sikap penyiar, atau memang merasa sebagai kebutuhan mencari informasi.

Ada beberapa tipe pendengar, pertama pendengar aktif yaitu pendengar yang mempunyai keterlibatan langsung dengan acara. Mempunyai komunikasi langsung atau tidak langsung dengan penyiar radio. Interaksi aktif dalam talkshow, kirim salam melalui berbagai media, sms, telepon, twitter, facebook, dll.

Ada juga pendengar pasif yang jumlahnya tak terbatas dan sulit untuk mendeteksi pendengar pasif, yaitu mereka yang hanya mendengarkan dan tidak berinteraksi langsung dengan penyiar.

Pendengar aktif maupun pendengar pasif merupakan kekayaan bagi sebuah radio. Apalagi mereka yang mengorganisir dirinya dalam sebuah perkumpulan atau *fans*. Apabila sebuah radio siarannya sudah mencapai target audiens dengan tepat dan benar, maka sejumlah biro pengiklanan akan mempercayai sebagai media promosi sejumlah produk.

Mengacu pada data yang bersumber langsung dari data Nielsen radio 103,1 Gen FM ini adalah radionya anak muda, musiknya hits, update, menghibur, seru, dll.

Current **Internal Research** about **Gen FM**



Gambar 1.2
 Penelitian internal saat ini tentang 103,1 Gen FM Surabaya
 (sumber Nielsen Listenership Study W1 2015)

Oleh karena itu Gen FM berada pada nomer 6 dari keseluruhan radio yang ada di surabaya, dengan banyak pendengar aktif sebanyak 358.000 orang, mengacu pada Nielsen Listenership Study W1 2015.

Radio in Surabaya based on Cumulative listeners

People aged 10+, all day part, all place of listening

No.	Station	Cume (000's)	No.	Station	Cume (000's)	No.	Station	Cume (000's)
1	SUARA GIRI		9	MTB FM		17	ELSHINTA	
2	WIJAYA FM		10	EBS FM		18	KOTA FM	
3	CAKRAWALA		11	ELVICTOR		19	BAHTERA	
4	MEDIA FM		12	AMAN FM		20	PANORAMA	
5	SUARA SBY		13	ISTARA		21	SANGKAKALA	
6	GEN FM	358	14	YASMARA		22	DJFM	
7	SUZANA		15	M RADIO		23	AMPEL	
8	MERDEKA		16	JEJE		24	ANTARIKSA	

Source: Nielsen Listenership Study W1 2015

Gambar 1.3
 Radio di Surabaya berdasarkan pendengar Kumulatif
 (sumber: Nielsen Listenership Study W1 2015)

103,1 Gen FM adalah media radio yang selalu memutar kan lagu hits 24 jam nonstop selama 7 hari dalam seminggu, dengan program programnya yang kreatif dan inovasi. Untuk *weekdays* (senin – jumat) program Gen FM di mulai dari pagi hari jam 06:00 – 10:00 dimulai dari program Semangat Pagi dengan gimmick andalannya Salah Sambung, TopLes (topik woles), dan Karjo (Karaoke Jowo), di lanjut GenZ, kemudian GENERator, GANAS, dan Gen Asoy di jam 21:00 – 23:00. Setelah semua program selesai di lanjut dengan memutarakan Musik Mix sampai dengan jam 06:00 lagi.

Untuk *weekend* (Sabtu dan Minggu) ada 3 program Gen FM yang tetap bisa menemani pendengar Gen FM yaitu GWS (Gen Weekend Show) pagi jam 06:00-10:00, siang 12:00-16:00, dan malam 18:00-22:00. Kemudian di lanjut lagi dengan Music Mix.

Mengacu dari Gen FM adalah radio anak muda, musiknya hits, update, menghibur, seru, dll. Dan juga berada pada nomer 6 dari keseluruhan radio yang ada di surabaya, dengan banyak pendengar aktif sebanyak 358.000 orang, maka radio ini menjadi nomer 2 di surabaya berdasarkan lama waktu mendengarkan, yaitu selama 8 jam 45 menit setiap harinya, dan dimana aja.

Radio in Surabaya based on T.S.L.

People aged 10+, all day part, all place of listening

No.	Station	T.S.L.	No.	Station	T.S.L.	No.	Station	T.S.L.
1	PANORAMA		9	WIJAYA FM		17	ELVICTOR	
2	GEN FM	8.45	10	SUARASBY		18	EBS FM	
3	SUARAGIRI		11	M RADIO		19	SANGKAKALA	
4	MEDIA FM		12	SUZANA		20	YASMARA	
5	AMPEL		13	CAKRAWALA		21	BAHTERA	
6	MERDEKA		14	AMAN FM		22	DJFM	
7	ELSHINTA		15	KOTA FM		23	ISTARA	
8	MTB FM		16	JEJE		24	ANTARIKSA	

Source: Nielsen Listenership Study W1 2015

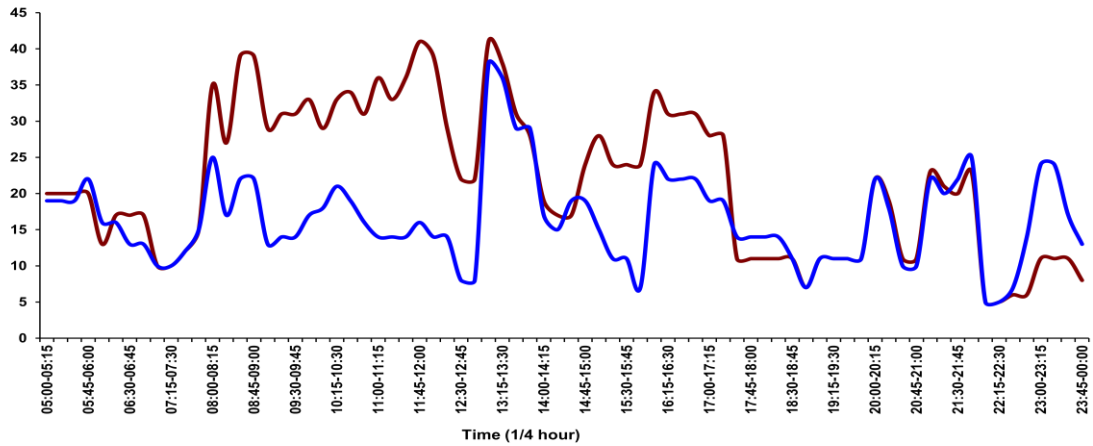
Gambar 1.4
Radio di Surabaya berdasarkan lama waktu mendengarkan
Sumber *Nielsen Listenership Study W1 2015*

Penelitian ini dilakukan pada pendengar program weekend radio 103,1 Gen FM. Dalam hal ini peneliti ingin melakukan studi Pengaruh Kualitas layanan, Citra Merk, dan Kepuasan pendengar Terhadap Loyalitas pendengar program weekend di Radio 103,1 Gen FM Surabaya yang berada di gedung Graha Pena Lt. 7 unit 708 – 709 Jl. A Yani No. 88, Surabaya.

Meskipun menurut data yang diperoleh peneliti yang mengatakan bahwa Gen FM menjadi radio nomor satu di segmennya, Mengacu dari data Nielsen Listenership Study W3 2014 jumlah pendengar untuk weekend menurun dari pada jumlah pendengar weekdays.

GEN FM Listening Pattern

All people 10+, in Greater Surabaya, Listen Gen FM in the past one week, all day part, all place of listening, weekday: Mon-Fri 05.00 AM-12MN, weekend: Sat-Sun 05.00-12.00MN, ave ('000) ¼ hour



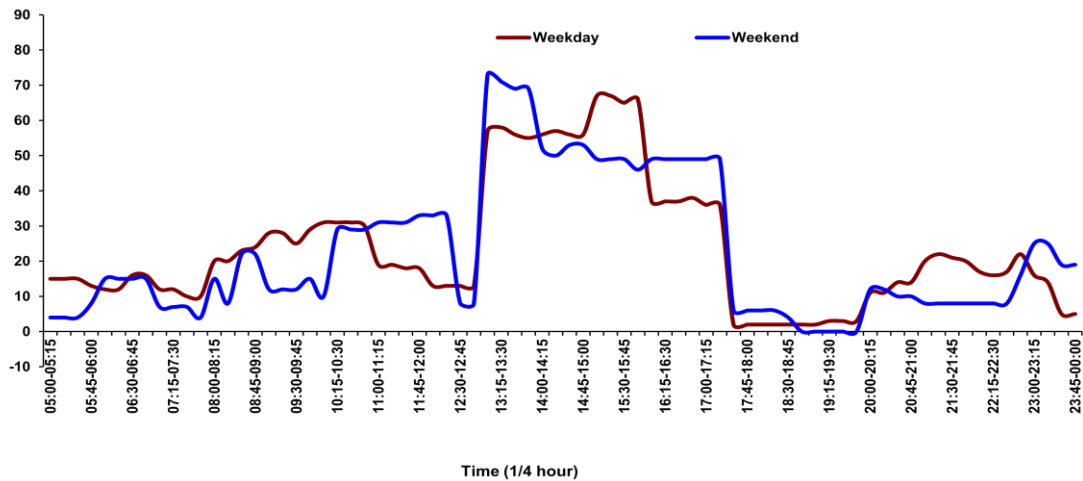
Source: Nielsen Listenership Study W3 2014

Gambar 1.5
Pendengar weekdays dan weekend 103,1 Gen FM Surabaya
Sumber *Nielsen Listenership Study W3 2014*

Sebagai radio yang menjadi nomor satu di segmentnya dalam industri radio, Gen FM dianggap tidak mampu mempertahankan pendengar weekendnya. Hal ini terbukti dari data yang dihasilkan oleh Nielsen Listenership Study W1 2015 meskipun Gen FM adalah radio yang menjadi nomor 1 di segmentnya. Sejak Gen FM memasuki persaingan dalam industri radio yang jumlah pendengarnya menurun di weekend, Gen FM tetap menjadi pilihan di benak pendengarnya sebagai radio yang mewakili radio anak muda namun tidak berdampak terhadap jumlah pendengar di weekend sebagaimana diperlihatkan pada data di bawah ini.

GEN FM Listening Pattern

All people 10+, in Greater Surabaya, Listen Gen FM in the past one week, all day part, all place of listening, weekday: Mon-Fri 05.00 AM-12MN, weekend: Sat-Sun 05.00-12.00MN, ave ('000) ¼ hour



Source: Nielsen Listenership Study W1 2015

Gambar 1.6
Pendengar weekdays dan weekend 103,1 Gen FM Surabaya
Sumber *Nielsen Listenership Study W1 2015*

Data di atas menunjukkan hasil survey Nielsen listenership Study 2015 bahwa pendengar weekend tetap menurun dibandingkan pendengar weekdays. Hal ini menunjukkan bahwa minat untuk pendengar radio Gen FM lebih banyak weekdays.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian, hal ini untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar weekend radio 103,1 Gen FM surabaya. Berdasarkan pengamatan langsung terhadap pendengar radio di Surabaya, hingga saat ini Gen FM masih menjadi pilihan pertama untuk mendengarkan radio, terutama ketika ingin mendengarkan lagu di radio. Mendengarkan lagu hits pendengar Surabaya langsung teringat Gen FM. Namun

berdasarkan data yang telah di tunjukkan sebelumnya, pendengar weekends lebih sedikit dari pada weekdays. Hal inilah yang akan diteliti.

Peneliti memilih Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar weekend radio 103,1 Gen FM surabaya di Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya ?
2. Apakah Citra Merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen Fm Surabaya ?
3. Apakah Kepuasan Pendengar secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya ?
4. Apakah Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepuasan Pendengar secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya.
2. Untuk mengetahui Citra Merek secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya.
3. Untuk mengetahui Kepuasan Pendengar secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya.
4. Untuk mengetahui Kualitan layanan, citra merek dan Kepuasan Pendengar secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pendengar Weekend Radio 103.1 Gen FM Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademik dan dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan Kualitas Layanan, Citra merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Radio 103.1 Gen FM Surabaya sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan Loyalitas Pendengar.

3. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan dan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama masa studi dan untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran.

1.5 Sistematika Penelitian

Pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membagi bab – bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh Pembaca. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas penelitian terdahulu, selanjutnya kerangka teori yang ada hubungannya dengan tujuan penelitian ini, dan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan kerangka pemikiran serta tentang hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan

teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan secara garis besar mengenai responden dan analisis data yang meliputi: analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan dibahas kesimpulan pada penelitian ini, keterbatasan penelitian, dan saran dalam penelitian ini.