

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam perkembangan era digital yang semakin maju, radio lokal menghadapi tantangan berat untuk tetap eksis. Sebelumnya, radio merupakan sumber utama informasi dan hiburan bagi masyarakat. Namun, dengan kehadiran berbagai platform digital seperti layanan streaming dan media sosial, radio mulai mengalami pergeseran peran (Dhamayanti, 2019) Masyarakat kini lebih memilih akses hiburan dan informasi yang lebih fleksibel sesuai kebutuhan mereka.

Radio, khususnya yang berskala lokal, perlu menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi audiens. Data survei tahun 2020 mengungkapkan bahwa jumlah pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan dibanding tahun-tahun sebelumnya (RadioIndonesia, 2020). Hal ini disebabkan oleh meningkatnya pilihan hiburan digital yang lebih menarik dan personal. Oleh sebab itu, diperlukan strategi pemasaran inovatif agar radio tetap bertahan dan dapat menarik lebih banyak pendengar.

Salah satu langkah yang dapat diterapkan adalah inovasi pemasaran, seperti pembaruan format siaran, peningkatan interaksi dengan pendengar, serta pemanfaatan teknologi digital dalam penyajian konten (Fitriah, 2022). Inovasi pemasaran digunakan dalam sebuah usaha untuk menciptakan ide-ide baru yang dihasilkan atau mengembangkan yang sudah ada baik berupa perubahan design kemasan, bentuk produk, penempatan produk, promosi, dan harga produk.. Dalam konteks industri radio, inovasi pemasaran dapat dimanifestasikan dalam berbagai bentuk, seperti pengembangan format siaran baru yang lebih segar dan relevan, strategi engagement pendengar yang lebih inovatif dan interaktif, atau pendekatan baru yang lebih kreatif dalam menarik minat pengiklan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran pada industri radio sangatlah kompleks dan beragam. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran yaitu dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal

seperti kapasitas sumber daya manusia, budaya inovasi yang telah tertanam dalam organisasi, kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi, serta kemampuan finansial berperan sangat penting dalam menentukan sejauh mana inovasi tersebut dapat dilakukan dan diimplementasikan dengan efektif. Di sisi lain, faktor eksternal seperti perubahan tren konsumen yang cepat, kemajuan teknologi yang terus berkembang, regulasi pemerintah, dan dinamika persaingan industri juga memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap kebutuhan inovasi dalam industri radio. Seperti beberapa stasiun radio di daerah berkembang seperti Jawa Timur mungkin mengalami tantangan internal terkait keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital dan pergeseran preferensi audiens dari radio konvensional ke platform digital merupakan tantangan eksternal. Dalam kasus ini, kemampuan internal radio untuk berinovasi melalui pelatihan karyawan dan adopsi teknologi digital, ditambah dengan respons terhadap perubahan pasar, akan menentukan keberhasilan inovasi pemasarannya.

Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah juga memiliki peran krusial dalam mendorong inovasi di radio lokal. Kebijakan yang mendukung industri penyiaran, kerja sama dalam penyebaran informasi daerah, serta insentif lainnya dapat membantu radio untuk berkembang lebih optimal. Peran pemerintah kabupaten (Pemkab) di Indonesia dalam pengembangan inovasi pemasaran radio dapat dihubungkan dengan teori inovasi dalam organisasi publik, termasuk dukungan pemerintah dalam meningkatkan kapasitas inovatif sektor swasta, seperti media dan radio. Dalam konteks ini, Pemerintah Kabupaten bisa memainkan peran strategis dalam membangun ekosistem yang mendukung inovasi, baik melalui regulasi, pembiayaan, maupun kolaborasi dengan sektor swasta. Pemerintah kabupaten juga dapat memanfaatkan radio sebagai salah satu media yang mampu menampilkan informasi, berita, dan hiburan secara audio. Media radio ini juga sebagai salah satu agen perubahan yang dapat berperan penting di era informatika serta globalisasi saat ini. Kerjasama Pemerintah Kabupaten dengan radio lokal untuk menyebarluaskan informasi kebijakan daerah, promosi pariwisata, atau event-event lokal yang melibatkan pemasaran berbasis komunitas ini adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh

pemerintah kabupaten dalam mengembangkan inovasi pemasaran radio. Lalu Pemerintah Kabupaten Jember ini bisa bekerja sama dengan Radio Kiss FM untuk mempromosikan acara-acara lokal yang dapat menarik lebih banyak perhatian, baik melalui siaran konvensional maupun platform digital.

Efektivitas dan efisiensi dalam meningkatkan inovasi pemasaran di stasiun radio Indonesia ini dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan strategi yang diterapkan dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada. Ada beberapa stasiun telah berhasil meningkatkan inovasi pemasaran mereka melalui pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi dengan merek lokal, dan penggunaan platform media sosial. Salah satu contoh kasus yang relevan dengan efektivitas dan efisiensi yang telah dilakukan oleh stasiun radio adalah transformasi Radio Prambors dalam menghadapi tantangan digital. Menurut Dewi dan Fachreza (2023) mengatakan bahwa besarnya jumlah Kawula Muda sebagai pendengar pada siaran atau *on air* dan juga sebagai pendengar dengan bentuk media digital dan *off air* ini juga mendatangkan iklan dan berbagai kerja sama lain (Dewi & Fachreza, 2023). Mereka telah mengadopsi strategi *multi-platform* untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda untuk lebih mendatangkan iklan baru. Radio ini melakukan inovasi dengan cara memanfaatkan media digital, seperti *live streaming*, *podcast*, dan promosi melalui media sosial. Dengan memanfaatkan platform digital, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, dan menjaga relevansi di tengah persaingan ketat.

Radio Kiss FM merupakan salah satu stasiun radio lokal yang telah lama beroperasi dan memiliki sejarah panjang di Kabupaten Jember. Sejak didirikan pada tahun 1991, Kiss FM telah menjadi bagian integral dari lanskap media di Jember, menyajikan beragam program yang mencakup informasi lokal yang aktual, hiburan yang menarik, dan konten budaya yang sangat relevan bagi masyarakat setempat. Dengan slogan yang menarik, '*96,2 fm the real interactive radio*', Kiss FM telah berhasil membangun basis pendengar yang setia di kalangan masyarakat Jember dan sekitarnya. Namun, seperti halnya stasiun radio lokal lainnya di Indonesia, Kiss FM juga menghadapi tantangan yang tidak ringan di era digital ini. Posisinya sebagai media lokal yang telah mapan memberikan Kiss FM keuntungan dalam hal pengenalan merek dan loyalitas pendengar, tetapi juga

mengharuskannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan preferensi audiens dan perkembangan teknologi yang sangat dinamis.

Dalam konteks industri radio, inovasi pemasaran dapat mencakup berbagai aspek yang luas, mulai dari pengembangan konten yang unik dan menarik, pemanfaatan teknologi digital secara optimal, hingga pengembangan strategi engagement dengan pendengar yang lebih interaktif dan personal. Inovasi pemasaran menjadi kunci utama bagi stasiun radio seperti Kiss FM untuk bertahan dan berkembang di industri yang terus berubah. Di era digital ini, Kiss FM perlu beradaptasi dengan cepat melalui strategi pemasaran yang inovatif, seperti memanfaatkan media sosial, *podcasting*, dan konten interaktif. Dengan menghadirkan program siaran yang relevan dan menarik, serta konten lokal yang mendukung komunitas, Kiss FM dapat meningkatkan keterlibatan pendengar dan loyalitas *audiens*. Melalui inovasi yang tepat, Kiss FM tidak hanya dapat bersaing, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan di masa depan.

Di sisi lain, stasiun radio lokal seperti Kiss FM sebenarnya memiliki keunikan dan keunggulan kompetitif yang sulit untuk ditiru oleh media digital, seperti kedekatan dengan komunitas lokal, program siaran yang berbasis pada kearifan dan budaya lokal, serta kemampuan untuk menyajikan konten yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Namun demikian, tantangan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi semata, tetapi juga bagaimana manajemen stasiun radio mampu merespons perubahan pasar dan selera pendengar dengan cepat dan tepat.

Stasiun radio lokal seperti Kiss FM perlu merancang strategi yang komprehensif dan inovatif untuk tetap relevan di era digital, misalnya dengan mengadopsi teknologi streaming yang mutakhir, berkolaborasi secara aktif dengan berbagai platform media sosial, serta terus menciptakan program-program yang inovatif dan sesuai dengan dinamika masyarakat lokal yang terus berkembang. Dengan menganalisis faktor-faktor inovasi pemasaran yang ada, penelitian ini dapat memberi wawasan tentang bagaimana faktor-faktor inovasi pemasaran ini dapat mempengaruhi radio. Sehingga penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran Radio Kiss FM (Studi Kasus di PT.

Kirana Sentrasvara Jember) dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam studi kasus serupa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal & eksternal yang mempengaruhi inovasi pemasaran Radio Kiss FM ?
2. Bagaimana peran Pemerintah Kabupaten Jember dalam mendukung pengembangan inovasi pemasaran Radio Kiss FM ?
3. Sejauh mana efektivitas & efisiensi yang telah dilakukan oleh Radio KISS FM dalam meningkatkan inovasi pemasaran?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui faktor internal & eksternal yang mempengaruhi inovasi pemasaran Radio Kiss FM
2. Untuk mengetahui peran Pemerintah Kabupaten Jember dalam mendukung pengembangan inovasi pemasaran Radio Kiss FM
3. Untuk mengetahui efektivitas & efisiensi yang telah dilakukan oleh Radio Kiss FM dalam meningkatkan inovasi pemasaran

1.4 Manfaat

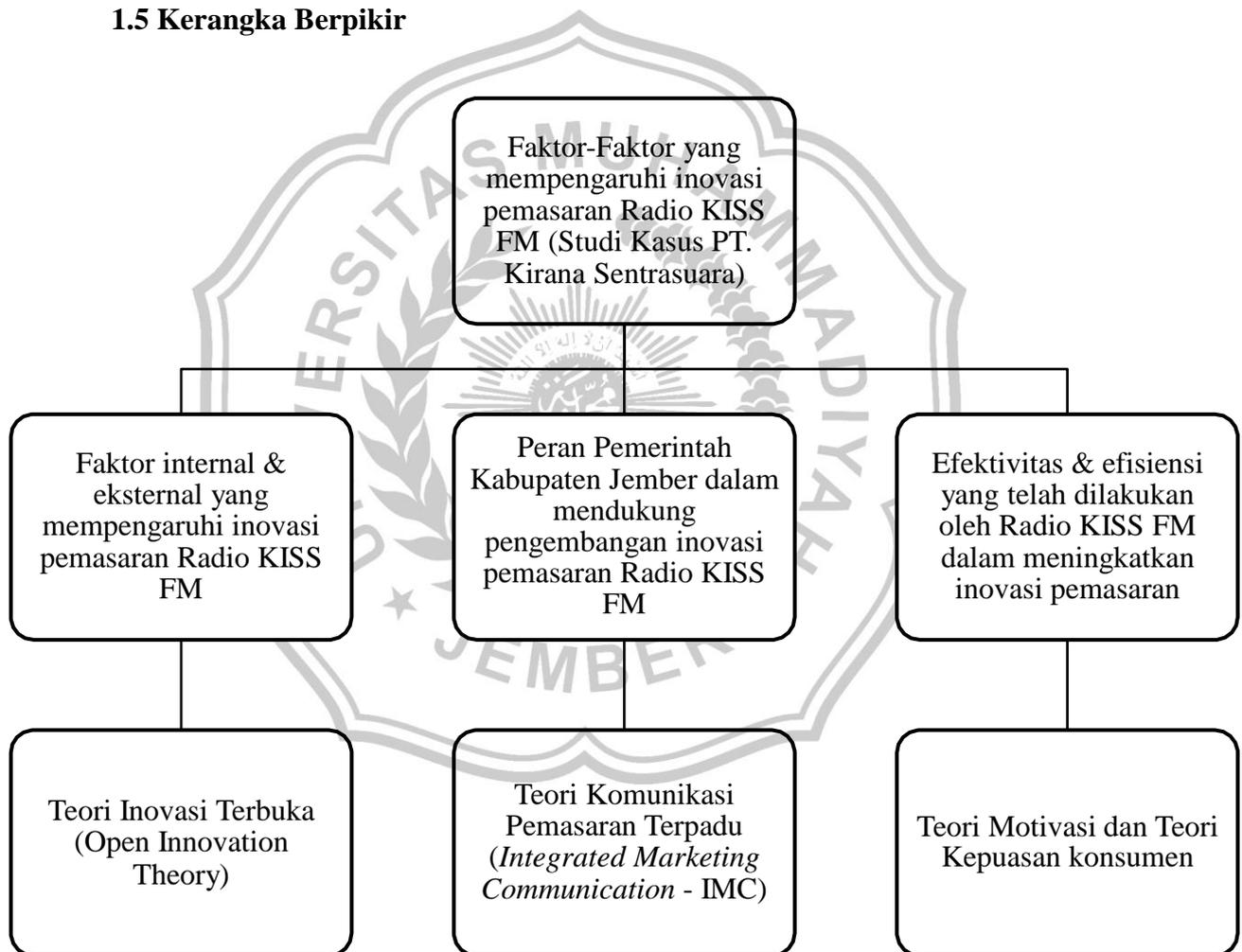
1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen media dan inovasi pemasaran. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran dalam industri radio di era digital, dan juga bertujuan untuk memperdalam pemahaman konseptual tentang hubungan antara berbagai faktor internal dan eksternal dengan inovasi pemasaran dalam konteks industri radio lokal. Hal ini dapat membantu mengembangkan model teoritis yang lebih komprehensif tentang inovasi pemasaran di sektor penyiaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen Radio Kiss FM dalam mengembangkan dan menyempurnakan strategi inovasi pemasaran mereka. Pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi dapat membantu stasiun radio dalam mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran, Radio Kiss FM dan stasiun radio lokal lainnya dapat meningkatkan daya saing mereka di era digital. Hal ini dapat membantu mereka dalam mempertahankan relevansi dan menarik audiens baru.

1.5 Kerangka Berpikir



Bagan 1.1: Kerangka Pemikiran

Sumber : diolah oleh peneliti (2024)

Kerangka pikir Faktor internal & eksternal yang mempengaruhi inovasi pemasaran Radio Kiss FM peneliti mengkaitkan dengan teori menggunakan teori

inovasi terbuka karena teori dapat memungkinkan peneliti untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana Radio Kiss FM berinteraksi dengan lingkungan eksternal, dan juga dapat menjelaskan bagaimana sumber daya internal dan eksternal yang ada ini dapat digunakan dengan baik untuk inovasi terbaru kedepannya, lalu dalam inovasi pemasaran ini juga teori ini dapat membantu peneliti dalam memahami bagaimana Radio Kiss FM berinteraksi dengan lingkungan eksternal, dan juga dapat menjelaskan bagaimana sumber daya internal dan eksternal yang ada ini dapat digunakan dengan baik untuk inovasi terbaru kedepannya, lalu dalam inovasi pemasaran ini juga teori ini dapat membantu peneliti dalam memahami bagaimana ide-ide eksternal yang dapat diaplikasikan ke dalam strategi pemasaran Radio Kiss FM, dan yang terakhir dapat mengidentifikasi apa saja potensi kolaborasi yang dapat dilakukan dengan pihak luar.

Kerangka pikir Peran Pemerintah Kabupaten Jember dalam mendukung pengembangan inovasi pemasaran Radio Kiss FM peneliti mengkaitkan dengan Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication - IMC*) karena teori ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana Pemerintah Kabupaten Jemberthe mengkoordinasikan berbagai bentuk dukungan kepada Radio Kiss FM, dapat membantu menganalisis konsistensi pesan antara kebijakan yang ada dan implementasi yang diterapkan oleh Radio Kiss FM, dan juga membantu peneliti untuk menilai penggunaan media untuk menyampaikan dukungan Pemerintah Kabupaten Jember melalui Radio Kiss FM untuk para pendengar radio.

Kerangka pikir Efektivitas & efisiensi yang telah dilakukan oleh Radio Kiss FM dalam meningkatkan inovasi pemasaran, peneliti mengkaitkan Teori motivasi dan kepuasan konsumen. Untuk teori motivasi ini dapat membantu peneliti untuk memahami apa yang mendorong konsumen untuk mendengarkan Radio Kiss FM, membantu menganalisis beberapa faktor internal (minat musik, kebutuhan informasi, dan hiburan), faktor eksternal (program yang ditawarkan, penyiar yang menarik), lalu dapat membantu peneliti untuk memahami motivasi pendengar Radio Kiss FM dalam merancang strategi pemasaran yang lebih

efektif, menciptakan inovasi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, meningkatkan engagement dengan target audiens.

Lalu peneliti juga menggunakan teori kepuasan konsumen karena dinilai dapat membantu mengukur sejauh mana layanan Radio Kiss FM memenuhi harapan pendengarnya yang dapat dilihat dari kualitas program, relevansi konten, pengalaman mendengarkan secara keseluruhan. Dan juga, dapat mengidentifikasi gap antara ekspektasi dan realita layanan yang dilakukan Radio Kiss FM, mengetahui tingkat kepuasan yang dihasilkan dari inovasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Radio Kiss FM.

1.6 Hipotesis

1. Faktor internal & eksternal yang mempengaruhi inovasi pemasaran Radio Kiss FM adalah manajemen yang diterapkan Radio Kiss FM, Budaya pengembangan inovasi pemasaran, perubahan yang diinginkan konsumen, dinamika persaingan antar radio swasta.
2. Peran Pemerintah Kabupaten Jember dalam mendukung perkembangan inovasi pemasaran Radio Kiss FM adalah Anggaran pembiayaan dari Pemerintah Kabupaten Jember, Keterlibatan Radio Kiss FM dalam acara Pemerintah Kabupaten Jember, Pembinaan rutin dari Pemerintah Kabupaten Jember.
3. Efektivitas & efisiensi yang telah dilakukan Radio Kiss FM dalam meningkatkan inovasi pemasaran adalah Variasi program siaran, Recruitment penyiar radio, efisiensi biaya pengelolaan Radio Kiss FM.