

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia tidak pernah lepas dari ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk teknologi komunikasi dan informasi. Dalam era globalisasi sekarang ini, informasi sesuatu yang sangat penting. Selain itu juga saat ini pembangunan semakin *kompleks*, mengikuti berbagai segi kegiatan dan masalah yang kian banyak, sehingga tidak akan mungkin dapat dikomunikasikan oleh satu atau dua media saja. Setiap media komunikasi dapat berperan lebih banyak, sesuai dengan sifat ciri dan kekuatan masing-masing. Banyaknya teknologi baru yang bermunculan, sehingga akan menggeser teknologi yang dirasa sudah ada pembaharuannya.

Menurut Leksikon Komunikasi definisi Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas. Media massa terbagi dua, yang pertama media cetak seperti : surat kabar, majalah. Kedua adalah media elektronik seperti : radio dan televisi. Dalam hal ini media massa merupakan saluran informasi, alat pendidikan, hiburan yang cepat dan *efektif* disampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Salah satu media yang mempunyai andil besar dalam penyampaian informasi dan hiburan adalah radio.

Di Indonesia radio pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Belanda pada tahun 1920. Ketika pecah, revolusi radio memegang peranan penting dalam mengobarkan semangat perjuangan rakyat untuk mempertahankan kemerdekaan. Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi *elektromagnetik* (gelombang *elektromagnetik*). Sebagai organisasi bisnis yang bergerak dibidang *broadcasting* keuntungan radio adalah dari besarnya iklan yang diperoleh dan keuntungan tersebut penting sebagai kelangsungan hidup perusahaan. Dalam perkembangannya radio, sebagai salah satu media komunikasi dan pusat informasi yang selalu berbenah diri untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam memberikan informasi, pendidikan dan hiburan kepada masyarakat.

Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan. Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio, menjadikan media ini banyak

diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui telinga pendengar.

Kelebihan dari media radio itu sendiri adalah kesederhanaan bentuk (*portability*) dan kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan lain sekalipun. Radio juga mempunyai kecepatan tinggi dalam mengirimkan gelombang suara hingga mampu menyampaikan informasi yang cepat dan akurat.

Radio berkembang dengan pesat mulai dari jenis radio pemerintahan, semi pemerintah hingga swasta. Radio berdiri sebagai suatu bisnis yang cukup menguntungkan. Itu artinya para pendengar tentunya ingin mendengarkan suatu hal yang '*easy listening*' menarik dan berguna untuk telinga mereka. Tentunya radio harus menyajikan program yang menarik didengar serta beragam informasi yang berguna untuk para pendengarnya.

Berkembangnya perusahaan radio yang ada di Indonesia adalah karena faktor berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Bukan hanya itu saja, perkembangan radio juga disebabkan karena peluang pasar yang besar yang menyebabkan perkembangan radio menjamur dimana-mana. Dengan semakin berkembangnya persaingan radio baru ataupun radio lama harus membuat program yang *kreatif* agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Radio selain sebagai media yang menjadi sumber informasi, pendidikan, dan hiburan bagi masyarakat. Juga berdiri meraih pendengar sebanyak-banyaknya dan menarik pengiklan menggunakan media radio untuk mengiklankan produk mereka kepada masyarakat. Oleh karena itu bagian pemasaran (*marketing*) radio harus mengetahui kelebihan atau kekuatan dan kelemahan atau kekurangan siaran iklan, agar dapat menyusun strategi penjualan dan dapat meyakinkan para pemasang iklan untuk mau beriklan dengan strategi pemasaran yang baik.

Kelebihan beriklan diradio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dikemas dengan gaya bahasa sedemikian rupa, sehingga sesuai dengan selera pendengar. Banyak orang yang sudah dapat menikmati siaran radio karena daya jangkauan radio saat ini semakin luas. Dengan demikian media radio merupakan media yang ideal untuk mengiklankan barang maupun jasa.

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio menjadikan media ini diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan besar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media

yang buta, radio menstimulasikan suara dan berupaya memberikan informasi melalui telinga pendengar. Dengan mendengarkan siaran radio pendengar bisa terpengaruhi oleh siaran iklan yang sudah dikemas oleh pemasang iklan.

Meningkatkan jumlah pemasang iklan perlu adanya perbaikan dalam berbagai hal. Salah satu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah kualitas kinerja bagian pemasaran (*marketing*). Seorang *marketing* harus memiliki pengetahuan dan memahami karakteristik radio dalam beriklan. Hal tersebut merupakan pengetahuan yang sangat diperlukan untuk menarik hati para pemasang iklan, sebab keterampilan bagian pemasaran dalam berkomunikasi sangat diperlukan.

Menurut Anthony dan Govinrajan (2003) strategi merupakan suatu proses dalam manajemen sistematis, yang didefinisikan sebagai proses dalam pengambilan keputusan atas program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan sumber daya yang akan dialokasikan dalam setiap program selama beberapa tahun mendatang. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2008) strategi adalah rencana manajer yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan, untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, suatu strategi merupakan rencana jangka panjang yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan dengan mempertahankan lingkungan perusahaan baik secara *internal* maupun *eksternal* untuk memperoleh keunggulan bersaing.

Semakin menjamurnya persaingan radio di Kabupaten Jember maka dipilih Radio yang dianggap memiliki kualitas dan memiliki reputasi bagus yaitu RRI Jember. RRI Jember dinilai memiliki kualitas program yang baik. Bukan hanya itu, RRI Jember juga memiliki tata letak yang strategis yaitu berada di pusat perkotaan Jember dan memiliki strategi pemasaran yang baik.

RRI Jember adalah radio yang menyandang nama negara yang siarannya ditujukan untuk kepentingan bangsa dan negara. RRI Jember sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang *independen*, *netral*, dan tidak *komersial*. RRI Jember memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional. RRI Jember menawarkan berbagai acara siaran yang mengedukasi masyarakat seperti siaran berita dan menawarkan siaran hiburan seperti musik dan lain sebagainya. RRI jember juga menawarkan radio *streaming* sebagai salah satu cara untuk menarik pendengar dan pemasang iklan.

Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pemasang iklan pada RRI Jember dengan menciptakan program ‘*on air*’ maupun ‘*off air*’ yang *kreatif, inovatif*, dan berkualitas untuk menarik minat pendengar dan perusahaan (pemasang iklan). Strategi yang dilakukan oleh RRI Jember yaitu meningkatkan kegiatan ‘*off air*’ seperti mengadakan ‘*event-event*’ sebagai bagian dari penetrasi pasar dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Sekaligus solusi sebagai kegiatan promosi ‘*below the line*’ pemasang iklan serta meningkatkan kerjasama, saling menguntungkan dengan pihak-pihak *eksternal* (seperti pemerintah, organisasi masyarakat, organisasi profesi, institusi pendidikan, dll). Dalam berbagai kegiatan yang memberi dampak dan manfaat positif bagi masyarakat umum. Selain itu, RRI Jember juga membina hubungan kerjasama dengan pemasang iklan untuk meningkatkan target pendapatan iklan. Serta membuka peluang kerjasama dengan berbagai pihak untuk berperan aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Semakin banyaknya persaingan radio di Kabupaten Jember dan meningkatnya ‘*platform-platform*’ seperti youtube, RRI Jember harus lebih meningkatkan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan baru yang ada di Jember, meningkatkan promosi dan melakukan inovasi. Maka Hal ini dikarenakan masuknya iklan yang ada *berfluktuatif* ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Iklan

Tahun	Jumlah Iklan	Pendapatan
2016	100	Rp. 38.365.000
2017	106	Rp. 42.925.000
2018	98	Rp. 35.675.000

Sumber : RRI Jember 2019

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah iklan yang masuk di RRI Jember ‘*berfluktuatif*’ karena adanya faktor persaingan yang meningkat dan munculnya ‘*platform*’ baru. Berbagai macam startegi telah diterapkan oleh RRI Jember untuk dapat menarik perhatian klien dan pendengar serta dapat mempertahankan persaingan yang sangat ketat. Yang dilakukan RRI Jember adalah menerapkan pengembangan acara siaran radio, pemasangan iklan yang kreatif, ruangan yang bagus sehingga memberikan kenyamanan tempat dan suasana, hingga menyediakan ruang tunggu yang nyaman dengan fasilitas yang sangat baik yang telah di sediakan oleh RRI Jember.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pemasaran Berbasis Analisis SWOT Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Iklan Pada Radio Republik Indonesia (RRI Jember)”** .

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi Pemasaran Berbasis Analisis SWOT Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Iklan “RRI Jember” ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis dan mengetahui analisis strategi pemasaran berbasis analisis SWOT sebagai upaya meningkatkan jumlah iklan pada “RRI Jember”.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada RRI Jember.
2. Bagi Perusahaan (RRI Jember)
Sebagai *refrensi* dan bahan pertimbangan dalam menganalisis pengembangan strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT dan rekomendasi formulasi pada RRI Jember.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu sumber *refrensi* dan masukan bagi peneliti selanjutnya yang terbaru pada pengembangan bisnis radio.