# BAB I

# PEDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Seiring dengan era globalisasi pertumbuhan teknologi saat ini sangat pesat, salah satu dampak positif yang dapat di ambil era ini adalah semakin mudahnya masyarakat dalam mendapatkan informasi yang di butuhkan dengan berbagai pilihan media.

Perkembangan teknologi ini tidak hanya pada media cetak saja melainkan pada media – media lainya seperti radio dan televisi dan saat ini media online dengan perkembangan ilmu dan teknologi televisi dan radio sudah tak terhitung lagi jumlahnya di Indonesia pada perkembangan digitalisasi sangat berdampak dan berpengaruh dalam perkembangan radio.

Radio merupakan media massa yang memliki peran untuk menyampaikan berbagai informasi. Pada dasarnya media dapat diartikan sebagai cara penyampaian melalui saluran yang di dalamnya membuat suatu pesan untuk disampaikan kepada khalayak (Shirley Biagi,2010). Dengan begitu fungsi media tersebut jelas sebagai penyampai pesan.

Radio sebagai media massa yang mengandalkan komunikasi sebagai sarana penunjang terciptanya hubungan antara pendengar dengan media itu sendiri dalam menyampaikan suatu informasi atau pesan. Pesan yang akan disampaikan dalam sebuah siaran radio akan tersampai dengan baik apabila seorang penyiar mampu menginformasikan dengan baik. Jadi disinilah akan diketahui peran seorang penyiar dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada pendengar atau masyarakat secara baik dan komunikatif.

Mengingat sebelumnya radio adalah andalan masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi, radio adalah media audio yang dekat dengan masyarakat. Suara Surabaya adalah salah satu stasiun radio yang cukup besar dan terkenal di surabaya dan radio ini juga yang mengkalim sebagai radio pertama di Indonesia yang menerapkan format radio news interaktif solutif.

Radio memiliki kelebihan di banding dengan media visual lain. Radio memiliki banyak kemudahan yaitu dapat di dengarkan dimanapun dan kapanpun dengan cara apapun , namun radio pula memiliki kekurangan yaitu tidak dapat di ulang kembali kecuali pada saat acara live streaming dan kita merekam acara yang sedang berlangsung berbeda dengan media televisi dan internet yang

biasanya videonya kita bisa dapatkan dengan mudah di salah satu website penyedia video seperti youtube contohnya. Radio pula satu – satuya media yang dekat dengan pendengarnya, hal itu di akui karena hampir setiap progam, pendengar dapat terlibat langsung dengan acara tersebut.

Fenomena Radio Suara Surabaya sebagai salah satu radio yang masih bertahan dan eksis sampai saat ini di surabaya dengan latar belakang sebagai radio yang lebih mengunggulkan progam beritanya. Radio Suara Surabaya pemilik gelombang 100,0 FM yang terletak di JL. Wonokitri Besar No 40 C Surabaya. Radio Suara Surabaya atau lebih di kenal dengan SS Pada awal mengudaranya format SS adalah radio dengan motto FM news dan Musik Hit. Kemudian pada tahun 1995 ss mengembangkan konsep interaktif yang pada akhirya mengubah mottonya hingga saat ini menjadi *News,Interaktif,Solutif.* Sebagai media lokal, siaran SS mencakup wilayah Surabaya dan Jawa Timur, dengan segmentasi dewasa, mapan dan kelas menengah atas.

Dalam perkembangan nya radio SS berinovasi dan hadir dalam *on device portal* (ODP) yang dapat di akses dari beberapa *mobile device* melalui koneksi internet. Melalui ODP radio SS dapat menjangkau audien lebih dekat melalui perangkat bergerak (*mobile device*) mereka. Selain itu melalui ODP audien juhga dapat mengakses berbagai konten SS baik streaming radio, foto,berita info *Traffic* dan sebagainya dalam *mobile device* mereka. Inovasi yang di kembangkan SS ini merupakan bentuk konvergensi *multiplatfrom.*

Radio SS sebagai *brand* yang sudah di kenal lama dengan informasi lalu lintasnya mencoba lebih relevan dengan audien saat ini, hal tersebut dapat di ketahui dari beberapa kegiatanya dalam membangun *brand* dimana dalam *event* yang di selenggarakan SS mulai menargetkkan pendengar yang sudah mapan dan berkeluarga tidak terdengar lagi.

Evolusi pada radio SS juga terjadi pada konten baik informasi,musik an tema Talkshow. Untuk melayani pendengar saat ini. SS menyesuaikan kebutuhan (*needs*) dan keinginan *(wants)* mereka. Namun untuk menyesuaikan konten tersebut dengan pendengar saat ini berbagai pertimbangan dilakukan SS karena hal ini terkait dengan potensi pasar pendengar dan iklan yang masuk. Sebagai radio komersial salah satu tujuan SS diantaranya adalah meraih keutungan dari sejumlah pengiklan. Upaya – upaya yang di lakukan radio SS dengan memanfaatkan media baru dan membidik anak muda menjadi usaha dalam mengingkatkan pendapatan dari iklan masuk yang mempertimbangkan daya jangkau media dan target segmentasi yang luas.

Selain memodifikasi konten agar lebih relevan untuk pendengar saat ini, SS juga terus memperluas saluran distribusinya melalui platfrom yang sedang

menjadi trend seperti perangkat Android dan iOs, melalui media sosial dan beberapa platfrom yang di gunakan SS berharap dapat menarik khalayak yang aktif di media baru untuk menjadi pendengarnya.

Dalam membuat dan mempertahankan hubungan sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkan jauh sebelumnya, dan mengemukakanya dengan tepat pula, dan promosi yang baik maka hasil komunikasi yang sempurna dapat dipastikan. Namun keefetifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten pun bisa saja berubah makna , peran Pemasar disini sangat berpengaruh dalam membuat eksistensi radionyaa. Banyak komunikasi apapun tidak akan tidak ada gunanya bila tidak memberi hasil sesuai dengan yang di inginkan sampai saat ini hasil hasil yang telah di bahas – pemahaman, kesenangan, memperngaruhi sikap , memperbaiki dan membuat hubungan penting dalam kesempatan dan tempat tertentu ada beberapa contoh tindakan yang menjadi penentu utama bagi keberhasilan seseorang komunikator. Dalam obrolan dan membuat strategi dengan seseorang.

Berangkat dari keingitahuan tentang persiapan dalam menjaring dan mempertahankan eksistensi radio, maka penulis ingin menggali lebih dalam Strategi komunikasi pemasaran radio Suara Surabaya dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah gempuran era digitalisasi dan persaingan radio lain. Penulis yakin ada hal baru dan inovatif dari Radio Suara Surabaya dalam hal ini oleh marketing dan promosi untuk melakukan kegiatan pemasaran agar apa yang di suguhkan memusakan pelanggannya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah penulis kemukakan di atas maka rumusan masalah nya adalah “Bagaiamana strategi komunikasi pemasaran radio Suara Surabaya dalam mempertahankan eksistensi radio?”.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan oleh peneliti maka tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran apa yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi radio?

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat mengetahui Bagaiamana strategi komunikasi pemasaran radio suara surabaya dalam mempertahankan exsistensi Radio Suara Surabaya.

2. Secara Praktis

Sebagai bahan acuan bagi seorang peneliti yang berminat mengadakan penelitian lanjut sebagai data dasar bagi perkembangan peran Marketing dalam membuat citra positif di perusahaan – perusahaan yang akan di teliti guna untuk mencontoh atau mengispirasi peran marketing..

## 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika skripsi ini disajikan terbagi dalam lima bab yaitu :

BAB I: Pendahuluan

Bab ini terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian dan Manfaat Penelitian.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, Landasan Teori yang terdiri tentang teori Komunikasi Pemasaran, Konsep Pemasaran, Teori Bauran Pemasaran (*marketing mix)*,Analisis SWOT,Perilaku Konsumen,Eksistensi dan Kerangka Pemikiran.

BAB III Metode penelitian

Bab ini berisi metode penelitian meliputi :metode penelitian kualitatif, obyek dan subyek penelitian, Lokasi penelitian , Teknik pengumpulan data, Teknik pengelolahan data, teknik keabahan data.

BAB IV Deskribsi Objek ,Penyajian Data, dan Pembahasan

Berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan terdiri dari : Profil perusahaan, Visi Misi dan Tujuan Perusahaan, Struktural jabatan, Lokasi perusahaan, kondisi tentang pemasaran di dalam perusahaan tersebut, temuan khusus, pembahasan hasil penelitian

BAB V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran.