**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Hingga saat ini media semakin berkembang, khususnya media massa radio yang perkembangannya didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih. Hal ini membawa dampak positif tersendiri bagi perkembangan media massa radio yang semakin tinggi persaingannya apabila dibandingkan dengan media-media lainnya, antara lain seperti media elektronik dan media cetak. Jika dilihat perkembangannya, media massa radio mengalami pasang surut, pernah berada di posisi yang lagi naik-naiknya, dan pernah juga turun drastis dikarenakan radio yang hanya didengarkan oleh masyarakat yang membawa kendaraan beroda empat saja. Namun, semakin berkembangnya zaman, radio dapat didengarkan melalui aplikasi dan *streaming*. Bahkan radio sudah dapat didengarkan oleh semua kalangan, baik anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua sekalipun.

Untuk penggunaan media sendiri pun bisa dibilang sangat fleksibel. Radio dapat didengarkan dimana saja dan kapan saja. Selain itu, ada juga faktor pendorong agar radio tetap didengar oleh masyarakat, dimana harus adanya strategi yang kuat, terutama strategi promosinya sehingga masyarakat masih minat untuk mendengarkan radio. Radio dapat menjadi media yang memberikan informasi, memberikan hiburan antara lain dengan mengadakan kuis dengan memberikan hadiah kepada pemenang dan mengadakan acara baik acara *On Air* maupun acara *Off Air*, manmabah pengetahuan, sarana promosi, tempat *sharing* kepada pendengar yang lain, sebagai tempat untuk menyampaikan pesan, sarana menyampaikan salam bagi orang lain yang lokasi keberadaannya jauh, dapat me*request* lagu kesukaan yang dapat didengarkan juga oleh pendengar lain yang sedang mendengarkan FeMale Radio Jakarta, menambah informasi bagi pendengar terkait dengan musik, mendengarkan radio dapat membangkitakan semangat, dan mendengarkan radio pun tidak harus mengeluarkan biaya yang mahal, melainkan minimal hanya bermodalan kuota saja sudah dapat mendengarkan radio.

Semakin meningkatnya perkembangan zaman bukanlah cara yang mudah bagi FeMale Radio Jakarta untuk tetap mempertahankan posisinya hingga saat ini. Semakin meningkatkan perkambangan, semakin bermunculan juga radio-radio lain yang dapat menjadi pesaing FeMale Radio Jakarta yang mungkin saja dapat menggeser posisi FeMale Radio Jakarta sebagai radio perempuan nomor satu, khususnya di kalangan radio perempuan.

Media adalah salah satu sarana dari kemajuan teknologi yang berguna untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Media massa (*mass media*) adalah singkatan dari media komunikasi massa (mass communication media) yang terdiri atas sarana, channel, dan media untuk berkomunikasi kepada publik (*public*). Media Massa seringkali hanya kita kenal dengan kata media saja. Media massa ialah sumber informasi, hiburan, dan sarana promosi, salah satunya untuk iklan. Media massa dibagi menjadi tiga bagian, antara lain media elektronik, media cetak, dan media internet. Menurut Suryani (2017: 171), media adalah sarana atau saluran komunikasi yang digunakan oleh pemasar untuk mengkomuikasikan produk dan jasa perbankan.

Menurut Sudaryono (2016: 168), media adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Media massa merupakan alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Perkembangan media di radio saat ini semakin melunjak dengan didorong dengan adanya internet saat ini. Adanya internet dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sejak awal kemunculan radio hingga sekarang ini, perkembangan radio semakin meningkat.

Dengan adanya media, radio telah banyak dikenal masyarakat dari berbagai kalangan. Meski banyak media massa yang bermunculan, radio masih tetap ada saat ini. Tidak hanya televisi saja, radio juga dapat mencakup tentang drama, komedi, show-show, dan menjadi hiburan bagi masyarakat. Kemunculan stasiun radio swasta yang semakin beragam menimbulkan persaingan yang ketat antar radio, masing-masing berusaha menyajikan yang terbaik dan memikat perhatian para pendengarnya. Radio tidak hanya dapat didengarkan oleh daerah-daerah yang terkenal saja, tetapi radio dapat didengarkan di daerah yang terpencil sekalipun. Ini bukanlah hal yang mudah bagi radio.

Radio membutuhkan banyaknya pendengar hingga dapat masuk ke seluruh daerah hingga daerah yang terpencil. Hal ini mengakibatkan beragamnya pendengar radio dari berbagai kalangan usia, penghasilan, daerah, jenis kelamin dan pendidikan. Pendengar pun bisa dengan mudah mencari program yang dia suka baik program, musik atau penyiar kesayangannya. Kota Jakarta sendiri menjadi lahan subur bagi bisnis informasi dalam bentuk media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Karena dalam perkembangannya radio sangat dekat dengan masyarakat terutama kaum muda.

Walaupun media yang lebih modern terus bermunculan, radio yang merupakan salah satu media massa termurah tetap menjadi sarana hiburan, promosi dan informasi yang bertahan menjadi pilihan masyarakat dan tidak pernah ditingalkan oleh pendengarnya. Radio mampu menemani pendengar dalam segala situasi dan kondisi, selagi pendengar mengerjakan berbagai aktivitas yang ada tanpa menggangu pekerjaannya. Menurut Kertamukti (2015: 132) radio merupakan medium yang ada dimana-mana. Radio menjadi media yang penting. Radio dapat didengar pada saat siaran dan dapat didengar kembali bila diputar kembali. Radio bukan media yang musiman karena radio tidak terpengaruh oleh musim atau perubahan cuaca. Dari berbagai sumber yang ada, menerangkan bahwa FeMale Radio Jakarta dikenal sebagai radio perempuan. Selain merupakan salah satu radio yang memiliki pendengar yang banyak dan beragam, FeMale Radio Jakarta juga mempunyai program-program siaran yang menarik didukung dengan penyiar-penyiar yang memiliki ciri khasnya masing-masing.

FeMale Radio Jakarta merupakan radio perempuan nomor satu. FeMale Radio Jakarta terus berkembang sebagai perempuan nomor satu. FeMale Radio Jakarta berdiri sejak tanggal 22 Mei 1989. Dalam siarannya, FeMale Radio Jakarta lebih bersifat santai dan menghibur dan juga menyajikan informasi serta musik-musik yang sesuai dengan target pendengarnya yaitu perempuan. Untuk itu FeMale Radio Jakarta memerlukan strategi bauran promosi untuk saling berkompetisi untuk merebut pasar pendengar dan selalu menempati posisi nomor satu di kalangan radio perempuan yang lainnya melalui berbagai cara seperti pembuatan program acara-acara radio yang baru, menarik dan inovatif serta penggunaan bauran promosi dengan menggunakan metoda SOSTAC. Sehingga bauran promosi mempunyai peranan yang sangat penting bagi pemasar atau perusahaan. Tanpa promosi, konsumen maupun masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan produk dan jasa. Beragam stategi bauran promosi pun harus terus diperhatikan dan dilaksanakan secara tepat, FeMale Radio Jakarta diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen, mempertahankan yang positif.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana strategi bauran promosi yang digunakan FeMale Radio Jakarta, dibantu dengan peran divisi *Promotion Staff and Senior Account Executive* yang bertanggung jawab dan bertugas untuk menjalankan strategi tersebut.

1. **Batasan Masalah**

Evaluasi strategi bauran promosi menggunakan SOSTAC, oleh karena itu, masalah penelitiannya, yaitu :

1. Bagaimana situasi (*situation*) promosi yang dihadapi oleh FeMale Radio Jakarta?
2. Apa misi dan tujuan jangka panjang (*objectives*) FeMale Radio?
3. Bagaimana strategi (*strategy*) promosi yang dilakukan FeMale Radio?
4. Apa taktik (*tactics*) yang sudah dilakukan FeMale Radio?
5. Bagaimana pelaksanaan (*action*) strategi promosi FeMale Radio?
6. Bagaimana pengendalian (*controlling*) promosi FeMale Radio?
7. Apakah strategi promosi FeMale Radio sesuai model SOSTAC?
8. **Batasan Penelitian**

Penulis membatasi penelitian hanya pada :

1. Obyek penelitian yang dipakai penulis adalah bauran promosi FeMale Radio.
2. Periode penelitian dari bulan Maret 2019 sampai dengan Agustus 2019.
3. Subyek penelitian hanya dilakukan pada *Promotion Officer* dan *Senior Account Executive* FeMale Radio Jakarta.
4. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana *Situation*, *Objectives*, *Strategy*, *Tactics*, *Action*, dan *Controlling* bauran promosi FeMale Radio?”.

1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana situasi (*situation*) terkait promosi yang dihadapi oleh FeMale Radio Jakarta.
2. Mengetahui misi dan tujuan jangka panjang (*objectives*) FeMale Radio.
3. Mengetahui strategi (*strategy*) promosi yang dilakukan FeMale Radio.
4. Mengetahui taktik (*tactics*) yang sudah dilakukan FeMale Radio.
5. Mengetahui pelaksanaan (*action*) strategi promosi FeMale Radio.
6. Mengetahui pengendalian (*controlling*) promosi FeMale Radio.
7. Mengetahui strategi promosi FeMale Radio sesuai model SOSTAC.
8. **Manfaat Penelitian**

 Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. **Manfaat Akademis**

 Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis bisa mendapatkan lebih wawasan mengenai strategi bauran promosi yang digunakan oleh FeMale Radio Jakarta dan kendala apa saja yang dihadapi dalam melaksanakan strategi bauran promosi tersebut. Sekaligus lebih memahami perbandingan dari teori-teori yang ada setelah dilakukannya penelitian.

1. **Manfaat Praktis**

 Diharapkan dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperkuat lagi strategi bauran promosiyang telah diterapkan FeMale Radio Jakarta sebelumnya, agar bisa dilaksanakan dengan lebih efektif sehingga FeMale Radio Jakarta dapat memberikan kepuasan pada pendengar, menjaga jumlah pendengar, dan tetap mempertahankanyang baik yang sudah FeMale Radio Jakarta lakukan. Serta dapat menjaga eksistensi FeMale Radio Jakarta sebagai radio perempuan nomor satu.