

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tertulis dalam sejarah Indonesia bahwa pada tahun 1998 Indonesia melakukan perubahan besar yaitu masyarakat menuntut kebebasan yang disebut reformasi, pada masa ini masyarakat menuntut transparansi dari pemerintah. Media massa dalam hal ini ikut mengambil bagian terpenting dan menguntungkan, karena semua warga negara Indonesia berhak untuk mendirikan perusahaan di bidang media massa, baik media cetak maupun elektronik. Hal ini membuat bisnis di bidang media massa mengalami persaingan yang sangat ketat karena itu industri *broadcasting*, khususnya radio siaran dituntut untuk mengemas produk informasi dan program acara hiburannya lebih canggih mengingat bisnis informasi dan *entertainment* sudah menjadi *trend* di awal millenium III (Masdoeki, 2004).

Dalam bidang informasi dan seni hiburan, menguasai pangsa pasar dan masuk dalam persaingan ketat antar perusahaan radio menjadi bagian terpenting dan tidak bisa dielakkan karena masyarakat penikmat informasi dan seni hiburan menjadikan berita dan program acara musik sebagai kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa diabaikan keberadaannya. Musik melalui sajian siaran radio telah mengalami perkembangan yang semakin dinamis, khususnya musik pop Indonesia.

Yang dimaksud dengan musik pop adalah musik yang pada umumnya bersifat lebih sederhana, lebih melodis, lebih distandarisasi, lebih ringan, lebih ingin memuaskan orang dengan khayalan ekspresi positif, indah, dan dengan demikian gaya musik menjadi lebih ringan dan mudah dicerna, dan akhirnya lebih cenderung ke pasar “pop” (Mack, 1995 : 20).

Musik pop Indonesia memang telah begitu merasuk dalam kehidupan kita sehari-hari, dan dapat dinikmati dalam berbagai waktu, tempat, dan situasi. Dalam program siaran radio, musik pop dapat didengar dan dirasakan, bahkan diinterpretasi di berbagai wilayah yang berbeda. Dengan demikian radio siaran sebagai media massa telah turut berperan dalam memperkenalkan keberadaan dan perkembangan musik pop Indonesia.

Begitu pula yang terjadi pada Yasika FM, Pamira FM, dan Suara Kudus FM. Ketiga radio tersebut selalu berusaha membuat kemasan musik pop yang lebih kreatif dan bervariasi, agar para pendengar tetap setia dengan gelombang yang dipilihnya. Kebijakan tentang sajian musik pop yang akan disiarkan pun mengalami beberapa perubahan mengikuti selera pendengarnya, seperti yang dijelaskan oleh *BSO (Broadcast Service Officer)* Yasika FM, Lia sebagai berikut :

Baru-baru ini kami menyiarkan sajian acara *Yasika Siang*, yaitu siaran lagu-lagu Pop Indonesia dan Pop Barat untuk menemani pendengar beristirahat siang disertai sejumlah info menarik mengenai para selebritis dalam dan luar negeri (Hasil wawancara dengan Lia, *BSO* Yasika FM Kudus, tanggal 21 Desember 2009).

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa Yasika FM Kudus kini lebih bersifat terbuka kepada selera pasar dibanding waktu-waktu yang lalu. Begitu pun yang terjadi di Pamira FM dan Suara Kudus FM yang mencoba bersaing dengan menampilkan program acara Musik Pop Indonesia (MPI) semenarik mungkin.

Kesemuanya ini merupakan usaha untuk bertahan dalam situasi kompetisi antar radio siaran lokal di wilayah Kabupaten Kudus.

Beragam bentuk dan kemasan Musik Pop Indonesia (untuk selanjutnya penulis hanya menyebutnya dengan MPI) di ketiga radio tersebut pada dasarnya memiliki kesamaan dalam beberapa hal, khususnya pada format siaran bulan November 2009. Misalnya saja dapat dilihat pada teknik penyajian acara. Ada yang berupa tangga lagu yang merupakan sederetan lagu terbaik saat itu, ada pemutaran lagu diselingi informasi, dan ada yang berbentuk pilihan pendengar, serta sajian lagu sebagai pengantar aktivitas pendengar, sedangkan yang membedakan hanyalah nama-nama acaranya. Kemudian apabila dilihat dari waktu penyiarannya, ketiga radio tersebut memiliki waktu siar yang saling bersamaan ataupun susul-menyusul. Misalnya saja pada jam 15.00 - 19.00 WIB di Yasika FM Kudus ada *Yasika Petang* dan di Pamira FM ada *Pamira Senja*, yang berisi lagu-lagu pop Indonesia dengan tema cinta, sosial, agama, dan alam sekitar.

Adanya beberapa kesamaan tersebut membuktikan bahwa ketiga radio tengah mengalami persaingan yang cukup ketat dalam menyiarkan MPI. Hal ini dibuktikan juga dengan porsi acara MPI yang relatif sama diantara Yasika FM, Pamira FM, dan Suara Kudus FM, seperti yang ditunjukkan data media masing-masing radio, untuk Yasika FM porsi acara MPI sebesar 60%, Pamira FM 50%, dan Suara Kudus FM 55% dari seluruh acara musik yang ada. Dengan demikian persaingan yang terjadi adalah memperebutkan jumlah pendengar sebanyak-banyaknya melalui kemasan acara MPI. Semakin menarik sebuah acara radio disajikan maka semakin banyak pendengar acara tersebut. Di samping itu, kondisi

ini juga akan menarik perhatian para pemilik modal untuk memasukkan iklan produk barang atau jasa pada radio tersebut. Fenomena inilah yang membuat radio-radio yang ada, khususnya Yasika FM, Pamira FM, dan Suara Kudus FM untuk saling berlomba dalam persaingan penyiaran MPI, yang merupakan salah satu sumber penunjang bagi kelangsungan hidup radio mereka dalam meraih perhatian pendengar.

Situasi persaingan antara ketiga radio tersebut dalam menyiarkan MPI terlihat pada persamaan ketiganya dalam segmen pendengar (masyarakat menengah ke bawah), porsi acara MPI, bentuk kemasan acara, waktu penyiaran, dan isi acara yang semuanya memiliki kemiripan. Jadi bisa dikatakan bahwa adanya persamaan-persamaan tersebut menyebabkan radio-radio ini mempunyai tingkat persaingan yang cukup tinggi dalam menyiarkan MPI.

Karakteristik siaran musik masing-masing radio dapat diuraikan sebagai berikut : Suara Kudus FM dalam menyelenggarakan siaran musiknya cenderung untuk memenuhi selera pendengar yang ditargetkan, yaitu kawula muda. Dengan demikian, format musik yang dipilih adalah musik-musik yang digemari anak muda, 55 % musik Indonesia (pop kreatif, pop alternatif, dan pop rock), musik dangdut 35 %, dan musik Barat 10% (Hasil wawancara dengan Vian Febrian, *Program Director* Suara Kudus FM, tanggal 21 Desember 2009). Untuk menghindari pemutaran musik yang monoton, maka Suara Kudus FM mempunyai variasi dalam menyajikan acara musiknya yaitu :

1. Pilihan pendengar dalam acara Bursa Musik Siang, Bursa Musik Malam, Kenangan Masa (Kemas), Koes Plus Mania, dan lain-lain.

2. Musik disertai informasi seperti acara Selamat Pagi Kudus, Dunia Wanita, *Live On Sunday*, dan *Freedom Music*.

3. Tangga lagu dalam acara *Top Ten Request*.

Siaran musik di Pamira FM mendapat porsi terbanyak dalam acara hiburannya. Format musiknya adalah *easy listening* untuk musik Baratnya dan untuk musik Indonesia adalah pop melankolis. Pemutaran musik di Pamira FM disuguhkan dalam berbagai bentuk penyajian yang bervariasi agar para pendengarnya tidak merasa bosan, misalnya :

1. Pilihan pendengar dalam acara *Salam Abiz*, *Siap-Siap*, dan lain-lain.
2. Musik yang diselingi informasi dalam acara *93A-Z*, *Pamira Senja*, dll.
3. Tangga lagu seperti dalam acara *Pamira 10 Lagu*

Musik yang diputar Pamira FM terdiri dari musik Barat 20%, musik Indonesia 50%, dan musik dangdut 30%, sehingga dalam format acara musiknya, Pamira FM lebih banyak memutar lagu-lagu Indonesia yang sedang populer, terutama musik pop melankolis (Hasil wawancara dengan Susi Mollina, *Station Manager* Pamira FM, tanggal 22 Desember 2009).

Karakteristik siaran musik di Yasika FM agak berbeda dengan Suara Kudus FM dan Pamira FM, karena Yasika FM tidak membatasi pada satu jenis musik saja yang disiarkan, baik musik Indonesia maupun musik Barat, sehingga lebih generalis untuk memenuhi selera para pendengarnya yang sangat beragam. Format musiknya terdiri dari 70% musik Indonesia dan 30% musik Barat. Adapun penyajian musiknya terbagi dalam berbagai bentuk dengan kreativitas para *Music Director* Yasika FM, yaitu :

1. Pilihan pendengar dalam acara *Yasika Siang* dan *Yasika Malam*.
2. Musik disertai informasi aktual dalam acara *Yasika Pagi* dan *Yasika Petang*.
3. Tangga lagu dalam acara *Yasika Sepuluh*.

Pemutaran MPI di Yasika FM lebih terbuka pada jenis-jenis musik pop yang banyak digemari oleh masyarakat luas, sehingga tidak dibatasi pada jenis-jenis musik pop tertentu. Hal ini dimaksudkan agar pendengar dapat terpuaskan keinginannya untuk mendengarkan musik-musik pop dengan jenis yang bermacam-macam (pop melankolis, pop rock, pop kreatif, dan pop alternatif).

Selain mengandalkan penyiaran MPI sebagai sumber penghidupan, para pengelola radio siaran juga saling bersaing dalam frekuensi pemunculan iklan dan segmentasi khalayak pendengar pada setiap mata acaranya. *Harvard University* melansir hasil kajian studinya mengenai perbandingan efektivitas iklan cetak dan auditori yang disampaikan oleh Midgley (1948) dalam Dimmick (2003:47). Riset ini menemukan keunggulan dari berbagai ragam bentuk informasi, khususnya iklan auditori dengan bahasa tutur (*spoken word*) daripada bahasa cetak (*printed word*). Midgley menulis bahwa keunggulan penggunaan suara (*the human voice*) dimanfaatkan untuk memperoleh hasil penjualan yang efektif.

“...Some of the most successfull of these have been :

1. *Flesh and blood dramatizations which make an indelible impression on the listening audience.*
2. *Authoritative statements made in person by the quoted authority directly into the microphone.*
3. *Testimonials delivered directly by persons who have used the product.*
4. *The sales message delivered by the star, with all the impact of his personality”.*

Penggunaan suara (*human voice*) yang telah didramatisasi dalam siaran iklan radio dapat menumbuhkan kesan yang kuat terhadap khalayak pendengar,

pernyataan langsung disampaikan melalui mikropon, testimonial juga langsung diungkapkan oleh orang yang telah mengkonsumsi produk tersebut, dan pesan penjualan yang disampaikan oleh para pesohor (*public figure*) mampu memikat hati para konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan melalui iklan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut di atas, akhirnya penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kompetisi dalam penyiaran MPI di Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM dilihat dari segi format siaran (waktu penyiaran, bentuk penyajian, jenis musik, dan tema lagu) periode bulan November 2009?
2. Bagaimana tingkat kompetisi dalam penyiaran Iklan di Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM dilihat dari segi format siaran (jenis iklan, bentuk penyajian, dan waktu penyiaran) untuk periode bulan November 2009?
3. Bagaimana tingkat kompetisi dalam segmentasi khalayak pendengar di Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM dilihat dari segi golongan usia, jenis kelamin, dan status ekonomi dan sosial (SES) untuk kurun waktu bulan November 2009?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejauh mana kompetisi antara Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM dalam penyiaran MPI, iklan, dan khalayak pendengar pada bulan November 2009.

2. Untuk mengetahui tingkat ketergantungan (*Niche Breadth*) pada Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM terhadap salah satu sumber penunjang kehidupan mereka yaitu penyiaran MPI, iklan, dan khalayak pendengar pada bulan November 2009.
3. Untuk mengetahui tingkat ketumpangtindihan (*Niche Overlap*) antara Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM dalam menyiarkan MPI, iklan, dan khalayak pendengar pada bulan November 2009.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi studi pemasaran produksi siaran radio yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu, baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan.

2. Manfaat Praktis :

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat merefleksikan tingkat persaingan dalam segmentasi pendengar, pemutaran iklan, dan penyiaran MPI pada ketiga stasiun radio di Kudus, yaitu Pamira FM, Yasika FM, dan Suara Kudus FM untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah pendengarnya.