

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Dalam era globalisasi, kebutuhan akan informasi menjadi sangat vital. Banyak ragam media yang dapat digunakan untuk menyampaikan suatu informasi. Salah satunya adalah melalui stasiun radio. Radio adalah media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen tertentu dan juga cukup efektif dalam penyampaian informasi. Radio selain sebagai media informasi juga berfungsi sebagai media hiburan, promosi, kebudayaan, dan bahkan media pendidikan. Keunggulan radio dibanding dengan media lain, seperti surat kabar, televisi, dan bahkan internet adalah kemudahannya dinikmati dengan tetap melakukan aktivitas yang lain, karena radio dinikmati melalui pendengaran (auditif). Pendengar dapat menikmati siaran radio sambil mengendarai mobil, belajar atau mengerjakan tugas lain, mandi, memasak, dan masih banyak yang lain. Hal ini berbeda dengan surat kabar, televisi, dan bahkan internet.

Adanya potensi ini tidak mengherankan bila saat ini semakin banyak stasiun radio yang berdiri, terutama radio FM yang berkualitas audio lebih baik dibandingkan dengan AM ataupun SW. Tingginya persaingan, maka setiap stasiun radio dituntut untuk unggul dalam merebut banyak pendengar, salah satunya adalah dengan tampil berbeda dibanding pesaing.

Meskipun demikian, setiap kebijakan yang diterapkan suatu stasiun radio perlu selalu dievaluasi untuk mengetahui apakah kebijakan yang diterapkan telah

memenuhi harapan para pendengarnya. Salah satunya adalah dengan mengetahui sikap pendengar. Melalui cara ini diharapkan stasiun radio dapat mempertahankan kesetiaan pendengarnya dan bahkan bila memungkinkan dapat memperoleh pendengar baru.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahannya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Bagaimana sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM?
- b. Bagaimana sikap pendengar tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM?
- c. Apakah ada perbedaan yang nyata antara sikap pendengar aktif dengan yang tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM.
- b. Untuk mengetahui sikap pendengar tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM.
- c. Untuk mengetahui perbedaan antara sikap pendengar aktif dengan yang tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi:

a. Manfaat Akademik

Memberikan sumbangan pemikiran di dalam bidang manajemen pemasaran kepada siapa saja yang membaca penelitian ini baik bagi yang sedang mengadakan penelitian lebih lanjut, penelitian serupa maupun untuk kepentingan yang lain yang berguna bagi dunia pendidikan.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi bagi manajemen Stasiun Radio Suara Surabaya untuk mengetahui sikap pendengar terhadap atribut-atribut penting atas perusahaan, seperti sikap terhadap *professionalism and skills, attitudes and behavior, accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness, recovery*, serta *reputation and credibility* Radio Suara Surabaya FM.

1.5. Sistematika Skripsi

Guna memudahkan pemahaman dan pembahasan, mak sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama menguraikan tentang

landasan teori yang berisi pengertian dari masing-masing variabel.

Bagian kedua menguraikan tentang hipotesis yang dipakai.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini sebagai penutup yang menyajikan simpulan dari hasil pembahasan serta mengemukakan saran-saran yang dirasakan perlu bagi perusahaan.