

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini sangat pesat sekali perkembangan dunia informasi dan media massa di Indonesia. Dalam kehidupan manusia, informasi menjadi hal yang penting dalam kehidupan berkelompok, organisasi dan bermasyarakat. Kebutuhan akan informasi menjadi hal yang mendasar. Media massa, sangat berperan dalam menyebarkan informasi. Media massa merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan secara cepat, luas dan berkesinambungan untuk mencapai target khalayak. Melalui media massa pesan dapat disampaikan secara serentak dan seragam, pesan-pesan yang ada dapat dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi informasi yang lebih efektif untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Radio memiliki kedekatan personal yang sangat kuat bagi pendengarnya. Selain itu sesuai dengan karakteristiknya yang mudah diakses, cepat penyebarannya dan relatif murah biayanya, menjadikan radio memiliki tempat yang istimewa dibandingkan dengan media-media lainnya. Selain memiliki keunggulan ada juga kekurangan dari radio yang salah satunya, radio bersifat selintas, maksudnya pada saat siaran berlangsung penyiar hanya berbicara sekali

atau apa yang dibicarakan oleh penyiar tidak dapat diulangi kembali. Tidak seperti media cetak yang dapat dibaca berulang-ulang.

Kemajuan media massa saat ini menjadikan berbagai macam media berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat di hati pembaca, pemirsa atau pendengarnya. Dalam mendapatkan pendengarnya diperlukan program-program yang menarik, bermanfaat dan baik.

Efektivitas dalam sebuah program sangatlah penting yaitu bagaimana membuat program yang benar-benar menarik, berkesan dan banyak dikunjungi. Efektivitas program juga bisa dilihat dari seberapa besar pendengar yang ikut berpartisipasi atau ikut serta dalam sebuah program yang dilakukan.

Efektivitas merupakan pencapaian tujuan secara tepat atau memilih tujuan-tujuan yang tepat dari serangkaian pilihan cara dan menentukan pilihan dari beberapa pilihan lainnya. Efektivitas juga sebagai pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditentukan.

Efektivitas juga meninjau apakah ada efek (pengaruh, akibat, kesan), atau sesuatu yang menunjukkan ketercapaian terhadap tujuan yang ditetapkan. Efektivitas merupakan ukuran yang menunjukkan bagaimana program mencapai hasil dan manfaat yang diharapkan. Jadi, di dalam sebuah efektivitas bisa terlihat apakah tujuan yang diinginkan sesuai atau tidak dengan apa yang diinginkan.

Keanekaragaman program acara yang ditawarkan kepada pendengar menjadikan radio sebagai media yang tidak kalah menarik dan diminati dibandingkan dengan media-media lainnya. Kini radio bukan lagi sekedar media hiburan dan saluran mendengarkan musik atau lagu, tetapi juga menjadi sumber informasi layaknya surat kabar yang memberitahu pendengarnya tentang kejadian di belahan dunia mana pun. Program merupakan jenis acara yang ada. Jenis-jenis program adalah macam-macam acara yang akan disajikan.

Program diradio ada dua macam, yaitu program *off air* dan program *on air*. Program *on air* yaitu program yang penyayangannya atau siarannya dilakukan dengan mengudara pada gelombang radio, kalau program *off air* yaitu program yang tidak diudarkan atau tidak disiarkan melalui gelombang radio. Di dalam membuat sebuah program, baik *on air* maupun *off air* harus benar-benar membuat program yang berkualitas. Karena dari program-program yang dibuat dengan baik, dapat mengetahui seberapa banyaknya pendengar.

Program *on air* dapat dengan mudah didengar atau disimak, yaitu cukup dengan menuju gelombang radio favorit kita, sedangkan program *off air* jika ingin mengetahuinya harus dengan datang ke lokasi program tersebut dilaksanakan. Tetapi dengan adanya program *off air* dapat menambah banyaknya pendengar dan menunjang program *on air* yang ada, karena dengan program *off air* lebih memperlihatkan kedekatan kepada para pendengarnya dan dapat mempererat tingkat pertemanan antar pendengar.

Bentuk acara *off air* yang bisa dilakukan oleh sebuah radio yaitu berupa seminar, kampanye dan acara musik yang menampilkan artis-artis atau band yang banyak disukai oleh pendengar. Di dalam program *off air* justru membutuhkan tenaga ekstra, karena selain sebagai program penunjang, juga bisa menentukan *image* dari sebuah radio guna kelangsungan dan kesuksesan program *on air* yang dibuat. Hampir setiap radio melakukan atau memiliki program *off air*, dan program tersebut beraneka ragam. Tujuan dibuatnya program *off air* yaitu untuk lebih mengenal dan mempererat hubungan antara penyiar dan *crew* radio lainnya dengan para pendengarnya.

Sekarang ini sudah banyak sekali *event-event off air* yang dibuat oleh beberapa radio di Indonesia, khususnya Jakarta. Ada *event* yang benar-benar mendapat respon positif dan sesuai harapan, tetapi ada juga yang tidak mendapatkan tanggapan positif. Karenanya setiap radio dianjurkan membuat program yang benar-benar bisa diterima khalayak, bermanfaat dan berguna. Dengan menampilkan *event* yang baik, maka *event* tersebut bisa menjadi contoh atau acuan kepada *event-event* lain. Program *off air* sendiri bersifat memberi hiburan musik atau pengetahuan secara nyata, misalnya melalui seminar atau jenis lainnya, yang dibuat oleh sebuah radio di luar program siaran yang diudarkan. Karena program *off air* ini harus dibuat sebaik mungkin untuk mendapat respon positif dari khalayak, maka setiap program harus memiliki ciri khas masing-masing, tidak sama dengan *event-event* lainnya agar *event* ini bisa tepat sasaran.

Khalayak pada umumnya pernah melihat suatu pagelaran musik secara langsung, bukan dari televisi atau video. Dikarenakan ketertarikan pada sebuah

event, kita akan menyempatkan waktu untuk menghadiri atau mengunjungi acara yang kita inginkan. Hiburan musik akan mendapat respon positif dari para pecinta musik yang ingin melihat pertunjukan musik secara tatap muka. Yang menjadi fenomena dalam sebuah pagelaran musik adalah ada acara-acara yang berhasil dinikmati oleh para pengunjung dengan lancar, tetapi ada juga beberapa acara yang tidak berjalan dengan baik dan berujung pada kerusuhan.

Radio Trax FM Jakarta salah satu radio yang membuat sebuah program *off air* yang dinamakan Traxkustik. Program ini lebih merupakan sebuah pagelaran musik yang banyak diisi oleh beberapa band atau artis-artis musik. Program ini diadakan satu kali dalam satu bulan pada setiap hari Minggu dan menampilkan band-band yang relatif disukai oleh sebagian besar pendengar Trax FM. Acara Traxkustik sendiri sudah masuk tahun ke empat sejak pertama kali diadakan pada bulan April 2006. Selain itu Traxkustik sendiri pun sudah memiliki sponsor tunggal yang kontrak kerjanya per satu tahun untuk mendukung acara tersebut sejak tahun 2007 sampai dengan akhir tahun 2011 ini, yaitu PT. Djarum dengan produk rokok L.A Lights. Prestasi Traxkustik yang lainnya adalah mendapatkan penghargaan *best event of the year* di tahun 2009 dari majalah Rolling Stone Indonesia atas *event* yang masih berjalan sampai itu.

Ada dua lokasi yang sering digunakan Traxkustik secara bergantian di setiap bulannya yaitu Score, Cilandak Town Square dan Hard Rock Cafe, Plaza Indonesia. Harga tiket masuk acara Traxkustik pada tahun 2011 ini adalah seharga Rp. 45.000,-. Guna mempersatukan pengunjung Traxkustik yang sebagian besar adalah para pendengar Trax FM, maka pada setiap acara ini dilaksanakan dibuat

sebuah tema. Pada setiap *event* Traxkustik juga selalu menampilkan pengisi acara yang berbeda dan tema-tema yang berbeda, karena Traxkustik ingin memberikan sebuah inspirasi dan hiburan. Inspirasi di sini bisa berbentuk inspirasi dalam berpakaian, yang mana pada setiap pelaksanaan *event* ini selalu diberikan tema berpakaian tertentu (*dress code*) untuk digunakan oleh para pengunjungnya. Selain itu, hiburan lain yang bisa didapat dari menghadiri acara Traxkustik ini diantaranya adalah kuis untuk pengunjung yang datang dan tentunya aksi pertunjukan dari artis atau band-band pengisi acara.

Radio 101.4 Trax FM Jakarta memiliki segmentasi usia 15 - 25 tahun (laki-laki dan perempuan). *Campaign* yang digunakan Trax FM pada tahun 2011 ini adalah "*Brings out the coolness and goodness in you*". *Campaign* ini dimaksudkan untuk mengajak anak-anak remaja agar memiliki kehidupan yang ceria dan dinamis, dan juga nilai-nilai sosial dalam kehidupan mereka. Pendengar Trax FM adalah pendengar yang membawa kombinasi antara unsur "*coolness*" dan "*goodness*" dalam diri mereka, untuk dapat membuat suatu perbedaan yang bersifat positif.

Cara penyebar luasan Trax FM dengan *event* Traxkustiknya yaitu dengan cara membuat iklan spot dan membuat iklan *adlips*. Spot iklan berbentuk narasi atau dialog dengan *backsound* (suara latar) musik dan *sound effect*, berdurasi antara 30 - 60 detik, yang berisikan informasi mengenai acara Traxkustik yang dipromosikan, terutama mengenai kelebihan-kelebihan pada acara tersebut. Sedangkan *adlips* merupakan iklan *script* (naskah) yang dibacakan oleh penyiar. *Script* ini berisikan informasi tentang acara Traxkustik. *Adlips* biasanya dibacakan

beberapa kali dalam satu hari selama periode waktu tertentu. Selain itu juga, pada saat acara Traxkustik berlangsung, lokasi siaran pada saat program berlangsung yang biasa dilakukan di dalam studio, dipindahkan ke lokasi dimana acara Traxkustik diadakan. Program tetap berjalan dengan biasanya, tetapi yang berbeda di sini penyiar akan lebih sering mengundang pendengar Trax FM untuk datang ke acara Traxkustik dengan menceritakan kemeriahan acaranya.

Tidak sampai batas itu saja yang dilakukan Trax FM dalam penyebar luasan acara Traxkustik. Cara lainnya yaitu dengan konvoi atau iring-iringan kendaraan menyusuri pusat keramaian kota ke tempat-tempat yang dituju banyak remaja dengan usia 15 – 25 tahun. pada setiap kendaraan yang ikut konvoi ditempelkan pamflet dari acara Traxkustik itu sendiri dan sebagian dibagikan kepada orang-orang yang ada di jalan atau tempat keramaian. Selain itu juga di beberapa titik sudut jalan dipasang baliho dari event Traxkustik ini.

Trax FM tidak bekerja sendiri dalam mempromosikan acara Traxkustik ini, tetapi juga melibatkan media massa lainnya. Media cetak yang ikut bekerja sama membantu promosi event ini adalah majalah *Spice!* dan *Trax Magazine*. Dan dengan semakin maraknya kemajuan dunia maya saat ini, Traxkustik juga dipromosikan melalui *website facebook* dan *twitter*.

Kegiatan Trax FM untuk *event* Traxkustik merupakan wujud kegiatan publikasi dan Promosi Radio Trax FM sebagai salah satu radio di Jakarta yang merupakan media informasi bagi anak muda dalam menarik minat untuk mendengarkan radio Trax FM. Oleh karena itu sangat diharapkan sekali kegiatan

program bisa berjalan dengan efektif dan khalayak dapat mengunjungi dan menikmati acara tersebut.

Dari penjelasan di atas, peneliti memberikan alasan mengapa memilih acara Traxkustik yang akan menjadi bahan penelitian dikarenakan keingintahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang mendukung hingga acara ini bisa terus berjalan dan menjadi acara favorit anak muda di Jakarta, bahkan mendapatkan penghargaan *best event of the year* tahun 2009 dari majalah Rolling Stone Indonesia. Tidak hanya itu, acara Traxkustik bisa mendapatkan sponsor utama dan sponsor tetap dari PT. Djarum dengan produk rokok L.A Lights sejak tahun 2007 sampai dengan tahun 2011 ini. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apakah acara Traxkustik mempunyai hubungan yang kuat dan dapat membuat pendengar Trax FM tertarik untuk mengunjungi acara Traxkustik tersebut. Dikarenakan mayoritas pendengar Trax FM yang menjadi pengunjung Traxkustik adalah Mahasiswa, maka peneliti memilih mahasiswa-mahasiswi Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 sebagai objek penelitian.

Untuk itulah penulis tertarik untuk meneliti dengan melakukan penelitian kuantitatif, dengan judul **“DAYA TARIK PROGRAM ACARA TRAXKUSTIK DENGAN MINAT PENDENGAR TRAX FM DI UNIVERSITAS ESA UNGGUL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI JURUSAN BROADCASTING ANGKATAN 2010”**.

## **1.2 Permasalahan**

Permasalahan dari karya ilmiah ini yakni **Bagaimanakah Hubungan Antara Program Acara Traxkustik dengan Minat Pendengar Trax FM Jakarta?**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini tujuannya adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara program acara Traxkustik dengan minat pendengar Trax FM Jakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teori**

Dalam hasil studi penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan hubungan program acara Traxkustik dengan minat pendengar Trax FM Jakarta.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Dalam hasil studi penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Trax FM Jakarta sebagai penyelenggara *event* Traxkustik, untuk melihat hubungan sebuah program acara dengan minat pendengar Trax FM.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sebagai gambaran umum tentang penelitian atau skripsi secara komprehensif diuraikan dalam sistematika berikut ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan secara rinci mengenai latar belakang masalah penelitian, permasalahan, tujuan penelitian, serta manfaat dari penelitian yang dilakukan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini, menjelaskan mengenai teori-teori yang mendasari penelitian serta yang ada relevansinya dengan judul penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi dan sampel, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, teknik analisis data..

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang subyek penelitian, hasil penelitian, pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab terakhir ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.