ANALISIS PRODUK DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR PADA RADIO ABDI PERSADA 104,7 FM BANJARBARU

Sihono[1], H.M.Harlie[2], Hj.Aida Vitria[3]
Email : sihono48@gmail.com

Fakultas ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Produk memiliki peranan penting untuk menunjang program acara siaran radio untuk meningkatkan eksistensi Radio Abdi Persada 104,7 Fm Banjarbaru. (2) Promosi berperan penting memperkenalkan produk dan profil Perusahaan dengan adanya persaingan bisnis yang terus berkembang, (3) Meningkatkan minat pendengar radio dengan cara meningkatkan kualitas produk dan bauran promosi guna meningkatkan minat pendengar setia Radio Abdi 104,7 fm Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitan Deskriptif Kualitatif dan merupakan penelitian Survei. Populasi penelitian adalah pendengar Radio Abdi Persada Banjarbaru dan sampel sebesar 30 responden dengan analisis data primer.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Produk memiliki peranan sangat signifikan untuk menunjang program acara siaran radio untuk meningkatkan eksistensi radio Abdi Persada Banjarbaru, (2) Promosi memiliki peranan sangat signifikan guna memperkenalkan produk dan profil perusahaan dengan adanya persaingan bisnis yang terus berkembang, (3) Meningkatkan minat pendengar radio dengan meningkatkan kualitas produk dan bauran promosi berpengaruh sangat signifikan guna meningkatkan pendengar setia radio Abdi Persada Banjarbaru. Dengan adanya teknologi terus berkembang radio harus tampil lebih menarik seperti program acara penyiaran, guna meningkatkan eksistensi radio di Era sekarang.

Kata kunci : Produk, Promosi, Minat.

PENDAHULUAN

Di Era perkembangan Teknologi, media Massa memiliki peran besar dalam menyebarkan informasi dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat, setiap media massa memiliki karakteristik yang berbeda dalam penyampainnya. Saat ini terdapat beragam media massa yang memberikan informasi dengan berbagai karakteristik nya, seperti media elektronik : televisi, radio, internet, seta media cetak, seperti koran, majalah, tabloid. Memiliki kelebihan dan keungulannya masing-masing dalam menyebarkan luaskan informasi.

Radio merupakan salah satu media elektronik yang masih eksis dikalangan masyarakat meskipun banyak media baru yang berkembang pesat seperti televisi dan internet, akan tetapi keberadaan radio masih diakui dan terus mengalami perkembangan. Radio juga bersifat personal, artinya pendengar radio bisa mendengarkan kapan saja dan dimana saja.

Bahkan ketika sedang bekendara pendengar bisa saja mendengarkan radio tanpa takut melanggar Undang-Undang yang ada. Selain itu informasi berita yang disampaikan lebih ringkas dan efisien. Karena radio memberikan berita secara proporsional tanpa dilebih-lebihkan seperti media massa yang lainnya radio Abdi Persada adalah satu diantara radio yang menetapkan format siaran sebagai media informasi dan hiburan. Kehadiran Abdi Persada didunia Broadcast sebagai media menyampaikan pesan pembangunan dan komunikasi efektif antara masyarakat dan Pemerintah. Pesatnya perkembangan teknologi radio Abdi Persada Banjarbaru harus mampu bersaing dengan radio lainnya agar dapat radio dan dapat mempertahankan pendengar radio supaya pendengar tetap setia mendengarkan radio.

LPPL radio Abdi Persada Banjarbaru berupaya menyajikan program-program siaran yang menarik bagi pendengarnya dikemas secara akrab santai dan kekeluargaan juga memberikan informasi dan hiburan yang mendidik.

METODE

1. Jenis Penelitian
   1) Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk membangun teori suatu data, dimana metode kualitatif bersifat umum fleksibel, dan berkembang dalam proses penelitian. Analisis yang digunakan penulis adalah deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari narasumber
2. Lokasi Penelitian
   1) Penelitian ini dilakukan pada radio Abdi Persada Banjarbaru yang beralamat Jl. Dharma Praja II Banjarbaru (Komplek Perkantoran Provinsi Kalimantan Selatan-Kantor Kominfo Provinsi Kalsel.
3. Jenis dan Sumber Data

1) Dalam penelitian ini sumber data merupakan komponen yang sangat penting untuk diperhatikan, dipilih dan dikaitkan dengan kebutuhan data guna dapat menyelesaikan permasalahan yang diangkat adapun sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data penulis dapatkan secara langsung dari radio Abdi Persada Banjarbaru sebagai objek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

   Teknik–teknik yang digunakan oleh penulis dalam menggumpulkan data adalah :

   1) Wawancara

      Wawancara merupakan kegiatan Tanya jawab kepada pemilik usaha dan responden lainnya pada radio Abdi Persada Banjarbaru.

   2) Observasi

      Observasi merupakan peninjauan oleh penulis secara langsung keadaan yakni radio Abdi Persada Banjarbaru untuk dapat mengamati secara langsung keadaan objek penelitian.

      (1) Dokumentasi

          Dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui laporan atau berkas-berkas otentik yang relevan milik radio Abdi Persada Banjarbaru

      (2) Kuesioner

          kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

      (3) Analisis Data

          Analisis data yang digunakan penulis yaitu data yang telah diperoleh dengan cara mengkaji dengan membandingkan keadaan real dilapangan dengan landasan teoritis pemasaran yang ada khususnya tentang program siaran dan promosi dalam upaya meningkatkan minat pendengar radio di Era sekarang. Kemudian data tersebut disusun menjadi sebuah wacana yang ditempatkan pada latar belakang penelitian serta pembahasan pada skripsi penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan kepada 30 responden. Data yang terkumpul diperoleh diperoleh dari hasil jawaban responden, hasil pengolahan berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan minat pendengar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang menyeliputi bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta untuk menngetahui seberapa besar pengaruhnya.

Agar dapat memperjelas pembahasan yang dibuat maka dibuatlah karakteristik dari responden, karena pada dasarnya setiap responden memiliki karakter yang berbeda-beda. Karakter responden yang digunakan ini berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis kelamin, tingkat keseringan, tingkat pengenalan dan manfaat.

Fandy Tjiptono (2014) : 282) menjelaskan ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan.

1. Dimensi Tampilan Fisik (*Tangible*)
2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)
3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)
5. Dimensi Empati (*Emphathy*)

PENUTUP

1. Radio Abdi Persada 104,7 Fm Banjarbaru, adalah sebuah perusahaan bergerak dibidang jasa adalah media informasi dan hiburan. Untuk persentase media informasi 70% dan untuk hiburan dengan persentase 30%.
2. Produk dan promosi sangat berpengaruh untuk meningkatkan minat pendengar radio di Era sekarang serta mempertahankan pendengar setia radio
3. Data dari variabel minat pendengar radio, untuk *Tangible* (berwujud) rata-rata (12,89%), *Realibility* (keandalan) rata-rata (13,1%), *Responsivines* (keresponsifan) rata-rata (13,2%), *Assurance* (keyakinan) rata-rata (13,6%), *Emphathy* (kepedulian) rata-rata (12,35%), dan untuk variabel produk dengan rata-rata (12,56%), variabel dengan promosi dengan rata-rata (9,0).

REFERENSI

Buku 1 Penulis

Galiano, A, 2006, Analisa Kepuasan Pendengar Terhadap Kualitas Siaran Radio. Kalimaya. Malang (ID) : Universitas Brawijaya. PT Gramedia.

Buku 2 Penulis

Gearson, R.F, 2001, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Seri Panduan Praktis No. 17. Jakarta (ID) : Penerbit PT Gramedia.

Buku 3 Penulis

Muhari, 2016, Karakteristik Khalayak Radio News Interaktif (Studi Tipologi Khalayak Radio Abdi Persada). Yogyakarta : Penerbit K-Media.

Penulis Dengan Beberapa Buku

Irawan.H, 2002, 10 prinsip kepuasan pelanggan. Jakarta (ID) : PT Elex Media Komputindo.

Irawan.H, 2003, *Indonesian Customer Satisfaction* : Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA. Jakarta (ID) : PT Gramedia.

Skripsi/Tesis/Desertasi Tidak Terpublikasi

Amalia Nurika, 2017, analisis Kualitas Produk Dan Promosi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada CV Restu Guru Promosindo Banjarbaru, Universitas Islam Kalimantan Muhammmad Arsyad Al-Banjari. Banjarmasin.

Skripsi/Tesis/Desertasi dari sumber online

Ananda Fitria, 2013, Analisis Faktor Yang Dipentingkan Pendengar Radio Pertanian Ciawi. Institut Pertanian Bogor.

Haryono, 2006, Analisis Kepuasan Pendengar Terhadap Siaaran Radio Cakrawala Fm 98,30 PT. Radio Cakrawala Gitaswara di Jakarta. Jakarta (ID) : Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.