

ABSTRAKSI

Nama : Naiza Rosalia S.Sos
Nim : D4C00832
Judul : Faktor-faktor Daya Tarik Stasiun Radio
Dosen Pembimbing : Djoko Setyabudi, MM
Dosen Penguji : Dr. Sunarto
Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc
Drs. Martinus Philipus Kermite, MM
Djoko Setyabudi, MM

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan fenomena yang terjadi di persaingan penyiaran radio Semarang, yaitu hasil survey AC Nielsen wave4 tahun 2009 dimana menunjukkan HOT FM, yang termasuk radio baru di Semarang, menduduki peringkat 7 dalam Top 10 Radio di Semarang, bahkan menjadi nomor 1 di segmen 15 – 25 SES ABC dan mempunyai kumulatif pendengar yang cukup signifikan di segmen wanita dewasa 25 – 39 SES ABC. Hal ini cukup mengejutkan melihat usaha yang dilakukan oleh HOT FM adalah lebih banyak memutar lagu tanpa banyak diinterupsi oleh penyiar, dibandingkan radio-radio yang memang mengkhususkan diri untuk mendekati diri dengan target audiencenya seperti sebut saja Prambors, Trax, ImeldaFM dan Female Radio. Hal serupa juga terjadi di Jakarta dengan keberadaan GENFM yang menduduki peringkat pertama untuk wilayah Jabodetabek untuk penguasaan market share audience 13% atau sekitar 3,25 juta orang di 2 tahun pertama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang merupakan daya tarik stasiun radio bagi pendengar radio di Semarang. Teori yang digunakan adalah teori *Expectancy value* (Littlejohn,2008:301). Faktor-faktor yang akan diteliti adalah program, musik, penyiar, feature, iklan, efek suara, endorser, kualitas pemancar siaran, *proximity*, games, posisi brand, facebook, radio streaming, off air. Dan penelitian ini hanya membatasi pada ke 15 faktor diatas.

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif eksploratif, pendekatan positivistik, populasi pendengar radio Semarang usia 16-39 SES BC dengan sample 96 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah stratified sampling, sumber data kuesioner dan data akan dianalisis dengan analisis faktor.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 4 faktor yang menjadi daya tarik stasiun radio yaitu Program Siaran dimana di dalam faktor ini terdapat variabel Kualitas pemancar, Musik, Program dan Games; Materi Siaran yang terdiri dari Penyiar, Posisi Brand, Berita dan Facebook; Audio Invoentment yang terdiri dari efek suara dan *feature* dan faktor yang terakhir adalah Brand Activation yang terdiri hal-hal yang mendukung kegiatan on air yaitu keberadaan Radio Steaming, kegiatan Off Air dan adanya endorser untuk mempromosikan frekuensi maupun program di radio tersebut.

ABSTRAKSI

Name : Naiza Rosalia S.Sos
Nim : D4C00832
Title : Faktor-faktor Daya Tarik Stasiun Radio

This research is motivated by the phenomena occurring competition in the radio broadcasting competition in Semarang. According to wave4 AC Nielsen Survey, HOT FM, which include a new radio in Semarang, sat on 7th in Top 10 Radio in Semarang. It even being number one in the segment 15 - 25 SES ABC and have a significant cumulative audience of adult women in the segment 25-39 SES ABC. This is quite surprising to see the work done by HOT FM is just playing the song more without being interrupted by the announcer, compared with radio's that are specialized to get closer to the target audiencenya like Prambors, Trax, ImeldaFM and Female Radio. A similar thing happened in Jakarta in the presence of GENFM which ranked first for the Greater Jakarta area for the mastery of audience market share of 13% or about 3.25 million people in the first two years. The purpose of this study is to determine what factors are the attractiveness of the radio stations for radio listeners in Semarang. The theory used is Expectancy value theory (Littlejohn, 2008:301). Factors to be studied is the program, music, broadcaster, features, advertisements, sound effects, endorser, quality of broadcast transmitters, proximity searching, games, brand positioning, facebook, radio streaming, off air. And this research is only limited to the 15 factors above. Type of exploratory research is quantitative, positivistic approach. The population of this research is radio listeners ages 16-39 Semarang SES BC with sample of respondents is 96. The sampling technique used is stratified sampling, questionnaires and data sources of data will be analyzed by factor analysis.

Results from this study is there are four factors that the main attraction of radio stations. They are broadcast programs in which consist of quality of the transmitter, Music, Programs and Games; Material Comprising Broadcast which consist of Announcer, News, Brand Positioning, and Facebook; Audio Invoentment which consists of sound effects and features and the 4th factor is Brand Activation, this factor is a factor that supports the existence of on air broadcast radio, they are Radio steaming, Off Air activities and the presence of endorser to promote the frequency or program on the radio.

Keyword : broadcast,radio,the attractiveness of the radio station