



**RESUME SKRIPSI HUBUNGAN ANTARA KREATIVITAS PROGRAM DAN
KESESUAIAN POSITIONING DENGAN KEPUASAN PENDENGAR RADIO
FEMALE SEMARANG**

SUMMARY SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

**NAMA : SALIS AWALIYYAH
NIM : D2C005203**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2010

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dewasa ini semakin memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi, baik untuk komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Perkembangan teknologi ini sejalan dengan perkembangan media komunikasi massa. Mulai dari diciptakannya mesin cetak yang mendukung terciptanya media cetak (surat kabar) sampai pada terciptanya teknologi satelit yang mampu menghasilkan berbagai macam media elektronik, mulai dari radio, televisi dan juga internet.

Secara *de facto* radio siaran swasta nasional Indonesia tumbuh sebagai perkembangan profesionalisme “radio amatir” yang dimotori kaum muda di awal orde baru tahun 1966; secara yuridis keberadaan radio siaran swasta diakui, dengan prasyarat, penyelenggaranya ber-Badan Hukum dan dapat menyesuaikan dengan ketentuan Peraturan Pemerintah RI nomor 55 tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah, yang mengatur fungsi, hak, kewajiban dan tanggung jawab radio siaran, syarat-syarat penyelenggaraan, perizinan serta pengawasannya. Hingga saat ini, perkembangan radio swasta semakin membaik, apalagi setelah jatuhnya Orde Baru pada tahun 1998 (<http://duniaradio.blogspot.com/2008/02/sejarah-radio-di-indonesia.html>). Hal ini bisa terlihat dari semakin banyaknya radio swasta baru yang didirikan di Indonesia.

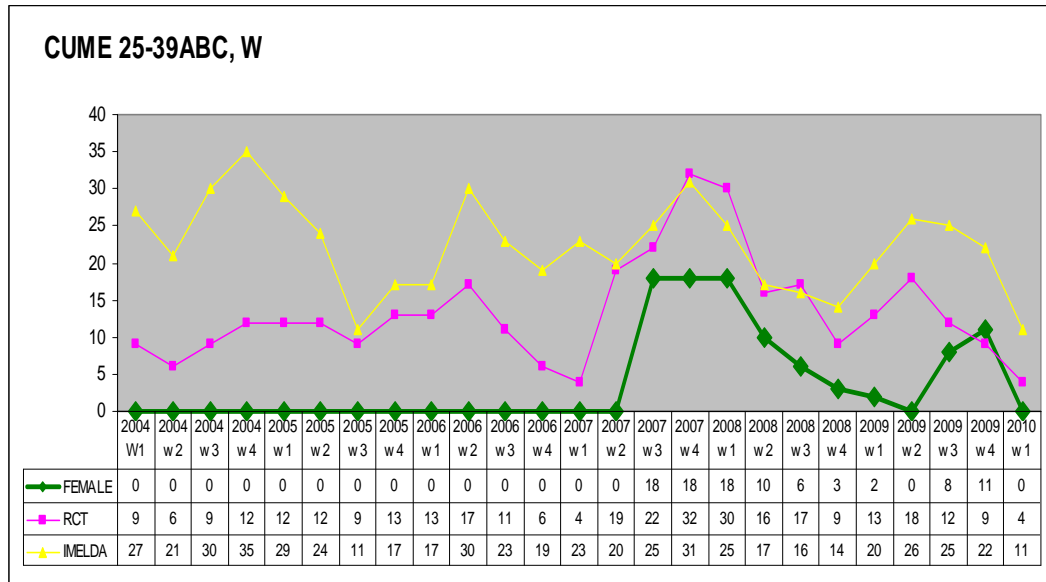
Radio FeMale Semarang merupakan salah satu radio swasta jaringan yang ada di empat kota, yaitu Bandung, Jakarta, Jogja, dan Semarang, yang tergabung dalam jaringan Masima Contents-Channel bersama Prambors dan Delta. Radio FeMale Semarang sendiri berada di bawah naungan PT Radio Semarang Semesta Swara dan mulai berdiri 1 Januari 2005. Radio FeMale Semarang mempunyai target pendengar yaitu *young adult, carrer woman*, dan *housewife* yang berusia 25-35 tahun, *trendy, open minded* dan *modern*. Untuk SES, radio FeMale Semarang menuju pada level A-B-C+ .

Selama 5 tahun mengudara, radio FeMale Semarang sering mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pendengar yang jumlahnya bisa dibilang sangat signifikan. Berdasarkan data Nielsen, pendengar radio FeMale Semarang sampai dengan *wave* kedua tahun 2007 masih berjumlah di bawah 1000 pendengar. Baru pada *wave* 3 tahun 2007 mengalami kenaikan pendengar menjadi 18.000 pendengar. Sampai dengan *wave* 1 tahun 2008, radio FeMale Semarang berhasil mempertahankan pendengarnya, namun di *wave* 2 tahun 2008, pendengar FeMale Semarang turun menjadi 10.000, dan sampai dengan *wave*

1 tahun 2010, FeMale Semarang belum mampu untuk kembali mengulang sukses dengan jumlah pendengar 18.000.

Gambar 1.1

Data Cume Pendengar Wanita Usia 25 -39 Tahun



Sumber : Radio FeMale Semarang berdasarkan survei AC Nielsen

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh AC Nielsen sampai dengan wave 1 tahun 2010, didapat jumlah pendengar Radio FeMale Semarang yang menurun drastis dari wave sebelumnya. Pendengar FeMale yang pada wave 4 tahun 2009 berjumlah 11.000, saat ini turun sampai dibawah seribu. Jika hal ini di lihat dari segi acara yang disiarkan, mungkinkah ada kemungkinan ketidak sesuai dengan kebutuhan pendengar yang dapat mempengaruhi kepuasan.

Berdasarkan situasi di atas, muncul pertanyaan apakah ada hubungan antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory yaitu tipe penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yaitu hubungan kreativitas program (X1) dan kesesuaian positioning (X2), yang

merupakan variabel bebas dengan variabel terikat yaitu kepuasan pendengar radio FeMale Semarang (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi sampling dalam penelitian ini adalah pendengar radio FeMale Semarang.

Sampel

Yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah Pendengar Female yang berdomisili di Kecamatan Pedurungan. Jumlah penduduk wanita di Kecamatan Pedurungan Semarang berjumlah 77.618 jiwa. Perhitungan sampel dilakukan dengan rumus Frank Lynch (Sugiarto,2001:60):

$$n = \frac{NZ^2P(1-P)}{NE^2 + Z^2P(1-P)}$$

Keterangan:

banyaknya sampel

N = jumlah populasi (berjumlah 77.618 orang)

Z = nilai standar sesuai dengan tingkat kepercayaan (dalam hal ini bernilai 1,96 pada tingkat kepercayaan 95 %)

E = error yaitu tingkat kesalahan yang ditentukan (dalam hal ini penulis menetapkan 10 % atau 0,10)

P = proporsi atau presentasi yang mempunyai karakteristik tertentu (dalam hal ini penulis menetapkan 50 % atau 0.50) Berdasarkan rumus tersebut ditetapkan jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{77618 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{77618 \cdot 0,1^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)} \\ &= \frac{74544,33}{745,44} \end{aligned}$$

= 100,0004

Jika dibulatkan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini 100 orang responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Karena responden yang akan diambil adalah wanita yang pernah mendengarkan radio FeMale Semarang, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling karena unit-unit populasi yang dipakai adalah orang yang dianggap “kunci”.

Sumber Data

Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang diambil melalui kuisioner.

Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, tetapi diperoleh sumber-sumber atau literatur yang terkait dengan masalah penelitian.

Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu kumpulan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan berisi alternatif jawaban yang terstruktur yang diisi oleh responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data adalah melalui angket yang dibagikan kepada responden untuk diisi.

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Validitas atau tingkat ketepatan adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkannya (Nawawi, Martini, 1992: 178). Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan di mana mana (Bungin,2004:97). Uji validitas

digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001: 49).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau tingkat ketepatan adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data secara tetap dari kelompok individu. Instrumen yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi cenderung menghasilkan data yang sama tentang suatu variabel atau unsur-unsurnya, jika diulangi pada waktu yang berbeda pada sekelompok individu yang sama (Nawawi, Martini, 1992:190). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001:45)

Pengolahan Data

Editing

Kegiatan memeriksa daftar pertanyaan yang telah diserahkan oleh para pengumpul data. Tujuan daripada editing adalah untuk mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sampai sejauh mungkin (Narbuko,2005:153)

Koding

Melakukan kegiatan mengklarifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori. Biasanya klarifikasi dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban (Narbuko,2005:154)

Tabulasi

Menyajikan data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk tabel.

Analisis Data

Analisa kuantitatif merupakan analisis data yang ditujukan pada data-data berupa angka-angka. Setelah data terkumpul kemudian diklarifikasikan dalam kategori-kategori maka dihitung dengan analisa kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan uji statistik.

Uji Hipotesis

Analisis data yang digunakan adalah analisa kuantitatif, dimana untuk mengolah data kuantitatif menggunakan alat uji statistik untuk menguji hipotesa yang telah diajukan.

Pada pengujian hipotesis, peneliti menggunakan Rumus Koefisien Korelasi Rank Kendall karena skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal untuk mengetahui seberapa besar hubungan Kreativitas Program dengan kepuasan pendengar dan kesesuaian Positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang, serta Koefisien Konkordansi Kendall untuk mengetahui hubungan antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang (Kriyantono, 2006: 171). selanjutnya, penulis menggunakan perhitungan dengan program *Statistical Package For Social Science* (SPSS).

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- Hipotesis (1): Terdapat Hubungan Positif antara kreativitas program dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kreativitas program dengan kepuasan pendengar. Dari hasil penelitian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,479. Hasil tersebut menyatakan hipotesis ini dapat diterima dan menyatakan hubungan yang positif. Hal ini menggambarkan bahwa program yang disuguhkan oleh Radio FeMale Semarang cukup kreatif sehingga dapat diterima oleh pendengar Radio FeMale Semarang.

- Hipotesis (2): Terdapat Hubungan Positif antara Kesesuaian Positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Dari hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,395. Hasil tersebut menyatakan hipotesis ini dapat diterima dan menyatakan hubungan yang positif. Hal ini menggambarkan bahwa positioning yang dibentuk Radio FeMale Semarang dapat diterima oleh pendengar Radio FeMale Semarang.

- Hipotesis (3): Terdapat Hubungan Positif antara Kreativitas Program dan Kesesuaian Positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang

Hubungan antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang diperoleh dengan menggunakan uji Konkordansi Kendall. Dalam hasil program SPSS diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien Konkordasi Kendall sebesar 0,942. Dari hasil yang diperoleh dari program SPSS dapat disimpulkan bahwa secara signifikan terdapat hubungan antara variabel kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Dengan demikian hipotesis utama pada penelitian ini dapat diterima.

- Analisis

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991:80). Untuk menciptakan kepuasan pelanggan suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen yang dianggap paling penting yang disebut “The Big Eight Factors” yang secara umum dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut (Hannah and Karp dalam Musanto, 2004:126) yaitu (1) faktor yang berhubungan dengan program (produk), (2) faktor yang berhubungan dengan pelayanan, dan (3) faktor yang berhubungan dengan pembelian. Faktor yang berhubungan dengan program (produk) :

- Kualitas program

Yaitu merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk program. Sehingga program tersebut mempunyai nilai tambah. Mutu di sini merujuk pada seberapa kreatif Radio FeMale Semarang memberikan program acara kepada pendengar. Mungkin jika diamati, program acara di Radio FeMale Semarang tidak terlalu jauh berbeda dengan radio lain sejenis. Namun dengan membuat konsep yang lebih kreatif, Radio FeMale akan mempunyai nilai tambah dibandingkan dengan radio lain.

- Hubungan antara nilai sampai pada harga

Merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh pelanggan dengan harga yang

dibayar oleh pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.

- Bentuk program

Bentuk program merupakan komponen-komponen fisik dari suatu program yang menghasilkan suatu manfaat. Bentuk program di Radio FeMale Semarang memang didominasi oleh program magazine yang berisi informasi terkini, info dan tips seputar wanita yang dikemas secara interaktif.

- Keandalan

Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan program sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Setiap perusahaan akan berusaha memberikan program yang disesuaikan dengan positioning yang ingin dicapai. Hal ini dilakukan agar pendengar memiliki image program yang sama dengan yang dimaksud oleh perusahaan. Pencapaian ini dapat diraih dengan menyesuaikan program dengan positioning yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud produk adalah program acara yang diberikan oleh Radio FeMale Semarang. Menurut Kotler dan Amstrong, program berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 1996:48). Faktor utama kepuasan pelanggan (pendengar) adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa, dalam hal ini konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif, atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan/ketidakpuasan menyeluruh mereka (Mowen, Minor, 2002:89).

Walau belum pernah mendengarkan Radio FeMale Semarang, dari namanya saja seseorang akan memiliki ekspektasi tersendiri tentang radio ini. Ekspektasi ini yang kemudian akan menjadi tolak ukur seseorang ketika dia mendengarkan Radio FeMale Semarang. Ketika ekspektasi yang diharapkan sesuai dengan apa yang diberikan Radio

FeMale Semarang, pendengar akan mengalami emosi positif yang akan mendorong terciptanya kepuasan. Begitu juga sebaliknya, jika program yang diberikan oleh Radio FeMale tidak sesuai dengan ekspektasi, pendengar akan mengalami emosi negatif yang mengakibatkan ketidakpuasan terhadap Radio FeMale Semarang.

Dari hasil penelitian ini, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Dalam hal ini, Radio FeMale Semarang memberikan program-program acara sekreatif mungkin yang menurut mereka telah disesuaikan dengan positioning Radio FeMale Semarang. Pendengar Radio FeMale Semarang akan menilai bagaimana kinerja aktual dari program yang diberikan, sudah kreatif dan sesuai dengan positioning yang ingin dicapai Radio FeMale Semarang. Dari penilaian ini akan muncul persepsi kepuasan mereka setelah mendengarkan Radio FeMale Semarang.

D. PENUTUP

- Kesimpulan

Kreativitas program dan kesesuaian positioning memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima. Semakin kreatif program yang dibuat dan semakin sesuai dengan positioning, akan berhubungan dengan kepuasan pendengar. Berdasarkan hasil penelitian, semakin kreatif program yang dibuat, didapat data bahwa pendengar akan semakin puas. Demikian juga dengan kesesuaian positioning. Semakin sesuai positioning semakin meningkatkan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang.

- Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Program yang diberikan oleh Radio FeMale Semarang memang sudah cukup menarik, namun masih kurang variatif. Buatlah ide kreatif sehingga program yang disajikan tidak memiliki konsep yang sama.
2. Sesuaikan program acara, lagu, dan gaya penyiar dengan positioning sehingga dapat meningkatkan kepuasan pendengar.

3. Sebaiknya Radio FeMale Semarang mengombinasikan program yang kreatif dan positioning yang sesuai sehingga menghasilkan program yang berkualitas yang dapat menghasilkan kepuasan pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Band, William A, 1991, *Creating value for customer: Designing and Implementation A Total Corporate Strategy*. Canada: John Willey & Sons Inc.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, Amstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (edisi 12)*. Erlangga: Jakarta
- Kriyantono, Rachmat.2006.*Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Mowen,John, Michael Minor. 2002.*Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nawawi, Martini Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press
- Sugiarto.2001.*Pengujian Dalam Auditing Statistika dan Nonstatistika Sampling*. Yogyakarta: Pionir Jaya
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Jurnal:

- Musanto. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 2,September 2004. hal 123 –136.

Internet:

- Anonim, Dunia Radio.(2008). Dalam <http://duniaradio.blogspot.com/2008/02/sejarah-radio-di-indonesia.html> Diunduh pada tanggal 5 Februari Pukul 14.38

ABSTRAKSI

Hubungan Kreativitas Program dan Kesesuaian Positioning dengan Kepuasan Pendengar Radio FeMale Semarang

Latar belakang penelitian ini didasari oleh hasil survey AC Nielsen pada triwulan pertama tahun 2010 yang menyatakan bahwa total pendengar Radio FeMale berjumlah kurang dari 1000 orang. Padahal pada akhir tahun 2009, jumlah pendengar FeMale mencapai angka 11.000 orang. Jumlah ini menunjukkan adanya penurunan yang drastis, sehingga muncul pertanyaan apakah hal tersebut disebabkan oleh acara yang diberikan oleh Radio FeMale Semarang yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan positioning Radio FeMale Semarang sehingga menyebabkan ketidakpuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Teori yang digunakan untuk penelitian ini, antara lain konsep komunikasi pemasaran dan konsep kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar Radio FeMale Semarang yang berdomisili di Kecamatan Pedurungan Semarang yang berjumlah 77.618 orang. Sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden diambil menggunakan *purposive sampling*. Untuk pengujian hipotesis digunakan perhitungan statistik Koefisien Korelasi Rank Kendall dan Koefisien Konkordansi Kendall sebagai alat untuk menguji atau menghitung tingkat koefisien korelasi variabel.

Berdasarkan perhitungan statistik, variabel kreativitas program (X1) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,479 dengan nilai signifikansi 0,000. dari koefisien korelasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara kreativitas program dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang, dan dilihat dari signifikansinya, hipotesis ini bisa diterima. Hubungan ini diperkuat dengan analisis konsep produk dari Kotler. Pada hubungan variabel kesesuaian positioning (X2) dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang (Y) diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar 0,395 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang walaupun sifatnya lemah, dan hubungan ini dapat diterima. Hubungan ini dijelaskan melalui konsep positioning oleh Hasan.

Untuk mengukur hubungan antara variabel kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang, peneliti menggunakan Koefisien Konkordansi Kendall. Dari hasil perhitungan statistik diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien korelasi 0,942. dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis utama dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara kreativitas program dan kesesuaian positioning dengan kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang. Hubungan ini dijelaskan dengan konsep kepuasan pelanggan dari Mowen Minor yang menyatakan bahwa faktor utama kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dalam hal ini, semakin kreatif program yang dibuat dan semakin tepat dengan positioning, akan mempengaruhi kepuasan pendengar Radio FeMale Semarang.

Keywords: kreativitas program, kesesuaian positioning, kepuasan pendengar.

ABSTRACT

The Study of Relationship between Creativity Program and Suitability Positioning with Listener 's Satisfaction of Radio FeMale Semarang

The background of this research is based on AC Nielsen survey in the first quarter of 2010 which states that the total radio listeners FeMale less than a 1000 people. And at the end of 2009, the number of listeners FeMale reached 11,000 people. These numbers show presence reduction drastically, so the question arises whether it is caused by the program given by the Radio FeMale Semarang, which is less attractive and not in accordance with the positioning FeMale Radio causing dissatisfaction listeners of Radio FeMale Semarang. This study aims to determine the relationship between creativity program and suitability positioning with satisfaction of Radio FeMale Semarang's listener. The theory used for this research, among others, the concept of marketing communications and customer satisfaction concept. Population in this study is FeMale Radio's listeners who domiciled in Sub-district Pedurungan Semarang which amount 77.618 people. Sample in this study of 100 respondents was taken using purposive sampling. To test the hypothesis used in statistical calculations Kendall Rank Correlation Coefficient and Kendall Concordance coefficient as a means to test or measure the level of correlation coefficients of variables.

Based on statistical calculations, program's creativity (X1) has a correlation coefficient of 0.479 with significance value of 0.000. From these correlation coefficients, we can conclude that there is a weak relationship between creativity program with satisfaction of Radio FeMale Semarang's listener, and from views of its significance, this hypothesis can be accepted. In statistical calculations between suitability positioning (X2) with satisfaction of Radio FeMale Semarang's listener (Y) obtained, the correlation coefficient of 0.395 with significance values 0.000, thus can be concluded that there is a relationship between suitability positioning with satisfaction of Radio FeMale Semarang's listener despite its weak, and this relationship acceptable.

To measure the strength of the relationship between creativity program and suitability positioning with satisfaction of Radio FeMale Semarang's listener, researchers using Kendall's Concordance Coefficient. From the calculation results obtained by statistical significance value of 0.000 with a correlation coefficient of 0.942. From the calculation, we can conclude that there are strong relationships between these variables and their relationship is also very significant. Thus can be concluded that there was a significant positive relationship between creativity programs and suitability positioning with listener's satisfaction of Radio FeMale Semarang

Keywords: creativity programs; suitability positioning; listener satisfaction.