

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio Trax FM Jakarta adalah salah satu radio yang berada di bawah naungan Mugi Rekso Abadi Media *Broadcasting Division* MRA-MRD, di mana MRA-MBD memiliki lima radio di dalamnya yaitu Hardrock FM, I-Radio FM, Trax FM Jakarta, Cosmopolitan FM Jakarta, dan Brava Radio. Berdasarkan ke- lima radio tersebut radio yang memiliki segmentasi radio anak muda adalah Radio Trax FM Jakarta.

Trax FM Jakarta adalah radio anak muda yang sudah berdiri sejak tahun 2000 dengan nama awal mengudara adalah *Music Television Sky* (MTV Sky). Stasiun radio ini mendapat pengakuan dari anak-anak muda terutama dan hal musik, dan apa saja yang sedang trend untuk anak muda. Segmentasi pada radio Trax FM Jakarta dibagi menjadi tiga kategori, yakni demografis, psikografis, dan geografis.

Dimulai dengan segmentasi demografis Radio Trax FM Jakarta dengan rentang usia pendengar mulai dari 18-25 tahun, jenis kelamin dengan perbandingan 49% laki-laki dan 51% perempuan, klasifikasi status ekonomi yakni A sebanyak 48%, B sebanyak 15%, dan C sebanyak 14% dengan psikografis pendengar anak muda yang senang bergaul, kreatif, terbuka, berpengetahuan luas, inovatif, dan mengikuti tren yang berhubungan dengan anak muda masa kini. Lalu segmentasi geografis berada pada daerah Jakarta dan sekitarnya, seperti wilayah Depok dan Bekasi. Seperti informasi yang disampaikan oleh Informan R selaku *Assistant Program Director* di Trax FM Jakarta :

“Trax FM itu secara general segmentasi usianya berada di usia 18-25 tahun, tapi anak mudanya bukan cuma berdasarkan umur, tapi juga untuk orang-orang yang *mindset* muda. Trus untuk sosial kita main di A, B, C. A itu untuk ekomoni yang kelas atas, B itu menengah, C itu gak bawah banget, bawah mau ke kelas menengah.” (Informan R : 20/04/2016)

Informan R menambahkan :

“Untuk psikografis sendiri kita itu dinamis, *belonging*, dan *achiever*. *Belonging* orang-orang yang hangat, loyal, pertemanan, kekeluargaan banget. Trus kalo *achiever* tuh mereka pengen sukses. Jadi kayak punya keinginan untuk, gue harus sukses nih. Trus punya target atau ambisi tapi bukan ambius. Dinamis tuh yang mau untuk ikut perkembangan jaman, karna anak muda kan.”

Informan R melanjutkan mengenai perbandingan jenis kelamin pendengar Radio Trax FM Jakarta, “Perbandingan jenis kelamin rata, kita 49 % laki-laki, 51 % perempuan, masih 50-50, masih *general*.” Berkaitan dengan geografis, Informan R menambahkan, “Geografis sendiri itu Jakarta dan Jakarta pinggir, seperti Jakarta Timur yang sudah masuk Bekasi, Jakarta Selatan yang dekat sama Depok. Jakarta pasti ada, tapi kebanyakan ya Jakarta pinggir tadi.” (Informan R : 20/04/2016)

Berdasarkan segmentasi usia muda pada radio Trax FM Jakarta tersebut, seorang penyiar sebagai komunikator akan mengikuti segmentasi pendengar pada radio di mana dia bekerja. Serupa dengan yang disampaikan Informan M :

“Penyiar itu harus memiliki karakter suara yang sesuai dengan segmen dan warna di radio itu. Dan yang terpenting penyiar itu harus punya *air personality* kalo diterjemahkan itu kayak kharisma, kayak sesuatu yang membuat pendengar nyaman dengerin dia.” (Informan M : 20/04/2016)

Budiman (2015:152) menyatakan segmentasi adalah langkah untuk mengelompokkan pendengar menurut klasifikasi tertentu, lalu memilih kelompok

yang khas sebagai target pendengarnya. Praktiknya, bahasa siaran bagi khalayak muda pasti berbeda dengan bahasa untuk yang dewasa atau semua kalangan usia.

Radio Trax FM Jakarta identik dengan musik populer baik dalam negeri maupun luar negeri, dengan mengusung *tag line* “Hits Yang Kamu Suka” membuat radio ini menjadi diminati oleh pendengar muda karena memutar musik populer yang berisi lagu-lagu Top 40/Top 30, lagu baru, dan terlaris. Berdasarkan *request* pendengar, radio berusaha untuk memenuhi kebutuhan informasi akan musik tersebut.

Pemilihan radio Trax FM Jakarta dianggap mewakili radio anak muda lain di Jakarta yang memiliki segmentasi demografis, segmentasi geografis, dan segmentasi psikografis yang hampir serupa. Misalnya pada radio Hardrock FM Jakarta yang memiliki target pendengar dengan usia 20-30 tahun, eksekutif muda dengan jiwa *smart, crazy, fun*, dan masuk kelompok status ekonomi sosial A dan B. Mereka adalah tipe orang-orang yang menikmati hidup dan mengerti apa yang diinginkan. Sumber internet : www.hardrockfm.com. Diakses tanggal 9 April 2016, pukul 22.46 wib.

I-Radio Jakarta adalah radio yang menyuguhkan 100% musik Indonesia dan membahas segala hal yang baik dan menarik tentang Indonesia, memiliki target pendengar di usia 21-35 tahun, dengan kelompok status ekonomi sosial, yakni C, B, dan A dan psikografis adalah berjiwa muda, aktif, bersemangat, dan yang mencintai 100% musik Indonesia. Sumber internet : www.iradiofm.com. Diakses tanggal 9 April 2016, pukul 21.44 wib.

Berdasarkan segmentasi beberapa radio di atas, Trax FM Jakarta mewakili sebagai radio anak muda yang memiliki segmentasi pada pendengar usia muda

juga. Hampir sebagian besar radio yang memiliki segmentasi pendengar di usia muda menggunakan komunikasi persuasif di dalamnya, baik dari sisi komunikator ataupun pesan yang disampaikan yang bersifat persuasif. Komunikasi persuasif bertujuan untuk mengajak, membujuk, bahkan mempengaruhi orang lain melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator yang dilakukan secara alamiah dan tidak ada paksaan.

Proses komunikasi dapat didukung oleh beberapa unsur yakni, sumber komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan yang dalam hal ini menyangkut konten berupa segmen dan games salah satunya, saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan/pengirim pesan. Kemudian penerima/komunikan, seseorang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran penerima pesan tersebut.

Games Umni Fighting Club (UFC) salah satu *games* yang terdapat dalam program *Morning Zone* Trax FM Jakarta, *games* yang untuk ibu-ibu rumah tangga ini berisikan kuis tanya jawab yang terdiri dari pertanyaan seperti bumbu-bumbu dapur, nama sinetron dengan pemainnya, lagu-lagu tempo dulu, bahkan sampai harga sembako di pasaran.

Games ini dapat menarik, mengingat segmentasi radio Trax FM Jakarta sendiri adalah radio anak muda, namun pada kenyataannya ada pula ibu-ibu rumah tangga yang mau untuk diajak dan dipengaruhi untuk mengikuti *games* semacam ini, karena jika dilihat dari hadiah yang diberikan tidak begitu besar hanya berupa *voucher* pulsa senilai Rp 100.000,- untuk pemenang juara satu dan Rp 50.000,- untuk pemenang juara dua.

“*Games* ini terdiri dari dua peserta ibu-ibu, dimana ibu-ibu tersebut lomba untuk menjawab pertanyaan seputar yang berkaitan dengan ibu-ibu. Yang

menang dapat *voucher* pulsa Rp 100.000,- dan Rp. 50.000,- untuk juara kedua. *Games* ini dimainkan untuk moment tertentu.” (Informan H 20/04/2016)

Berdasarkan hal di atas menunjukkan bahwa komunikator dalam hal ini adalah penyiar *Morning Zone* telah memiliki pendengar di luar dari segmentasi radio anak muda, dibutuhkan komunikator yang handal untuk dapat menarik segmentasi pendengar di luar dari segmentasi yang telah dibuat oleh radio itu sendiri, terlebih pada segmentasi ibu-ibu seperti dalam *games* UFC tersebut. Komunikator harus mampu memahami hal-hal yang berkaitan dengan ibu-ibu rumah tangga, baik penggunaan bahasa, maupun kondisi emosional dari komunikan.

Berdasarkan titik permasalahan yang sudah diuraikan, penulis ingin melakukan sebuah penelitian yang berjudul : **Komunikasi Persuasif Penyiar Pada Radio Anak Muda Jakarta (Studi Kualitatif Deskriptif Di Trax FM Jakarta)**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis memfokuskan penelitian pada **Bagaimana Komunikasi Persuasif Penyiar Pada Radio Anak Muda Jakarta di Trax FM Jakarta.**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk menelaah permasalahan tersebut, berikut adalah permasalahan yang akan muncul pada penelitian :

1. Bagaimana proses komunikasi yang terjadi pada penyiar radio Trax FM Jakarta saat membawakan program *Morning Zone*?

2. Teknik komunikasi persuasif apa yang dipakai oleh penyiar radio Trax FM Jakarta dalam membawakan konten di program *Morning Zone*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian, adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi yang terjadi pada penyiar radio Trax FM Jakarta saat membawakan program *Morning Zone*.
2. Untuk mengetahui Teknik komunikasi persuasif apa yang dipakai oleh penyiar radio Trax FM Jakarta dalam membawakan konten di program *Morning Zone*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini agar dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi mengenai komunikasi persuasif antarpribadi manusia, terutama komunikasi persuasif seorang penyiar radio.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dari adanya penelitian ini agar memberikan gambaran mengenai komunikasi persuasif apa saja yang dipergunakan seorang penyiar radio terlebih pada radio anak muda.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini meliputi latar belakang masalah yang berisikan permasalahan apa yang akan dicoba untuk diteliti mengenai komunikasi

persuasif seorang penyiar radio, fokus penelitian terhadap permasalahan terhadap apa yang akan diteliti pada komunikasi persuasif penyiar radio Trax FM Jakarta, selanjutnya kegunaan penelitian yang membahas tentang kegunaan berdasarkan manfaat teoritis dan praktisnya, lalu pada bagian terakhir berisikan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini meliputi teori-teori para ahli yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dasar, berisikan pula konsep dan kerangka berpikir yang menjadi tolak ukur dari fokus penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini meliputi metode penelitian apa yang akan digunakan penulis pada saat melakukan penelitian, terdapat pula gambaran metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini meliputi hasil-hasil penelitian yang ditemukan pada saat penelitian dan dikorelasikan dengan pembahasan antara teori-teori yang dipergunakan dengan kerangka pemikiran.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran. Penulis mencoba menarik kesimpulan atas temuan data yang didapatkan selama melakukan penelitian dan juga memberikan saran yang mungkin berguna bagi pihak terkait.