

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi sebagian besar dari kebudayaan *audio-visual* merupakan media paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan televisi yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Unsur esensial dari kebudayaan televisi berupa penggunaan bahasa *verbal* dan *visual*, sekaligus dalam rangka menyampaikan sesuatu seperti pesan, informasi, pengajaran, ilmu dan hiburan. Program – program yang ditayangkan di televisi tidak hanya program yang bersifat informasi tetapi terdapat program hiburan salah satunya yaitu program musik.

Saat ini banyak bermunculan program acara *music* yang ditayangkan di televisi-televisi, seperti *Music Everywhere* di NET TV, *Top Pop* MNCTV, *Hits Song* Indosiar, *Mantap* di ANTV, dan *Keren* di TVRI. sedangkan RCTI memiliki program acara *music* yaitu *Dahsyat* dan SCTV dengan *Inbox*. Acara yang ditayangkan setiap harinya pada pukul 08.00 memiliki jumlah penonton terbanyak dari masing masing stasiun televisi yang menayangkan program acara *music* tersebut. Karena acara musik yang mencakup semua kalangan baik muda maupun tua, kalangan menengah bawah sampai atas dapat menikmati program acara tersebut.

Menurut Kotler & Keller (2007 : 4) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan”. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, *property*, organisasi, dan gagasan.

Menurut Durianto (2004:1) “Merek merupakan nama, istilah, tanda, symbol disain, ataupun kombinasinya yang mengidentifikasi suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan”.

Menurut Durianto (2004:69) “*Brand Association* (Asosiasi Merek) adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek”.

Program musik merupakan suatu pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik didalam studio maupun diluar studio. Program musik di televisi sangat ditentukan artis untuk menarik *audience*, tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan mengemas penampilannya agar jadi menarik dan keahlian berbicara seorang *host* untuk membuat suasana acara semakin menarik.

Tidak dipungkiri setiap acara yang ditayangkan oleh masing-masing stasiun memiliki kelebihan dan kekurangan, dan acara yang ditayangkan dapat bersaing dengan acara musik lainnya. Semakin ketat persaingan terhadap program musik, maka produser musik semakin

berlomba lomba berinovasi menayangkan yang baru dalam acara musik, sehingga *audience* pun tidak merasa bosan dengan acara itu saja.

Program *music* yang ditayangkan oleh RCTI yaitu Dahsyat secara langsung ini adalah program *music* paling sukses memiliki *rating* yang tinggi untuk kategori program *music*. Deretan lagu *hits* teratas! Kalimat ini menjadi andalan *Host* Dahsyat, untuk menyapa pemirsa Indonesia setiap pagi. Dahsyat tidak hanya sekedar menyajikan tangga lagu dan *video clip*, tapi gaya lucu *host* Dahsyat saat membawa acara, menjadi salah satu andalan untuk menghadirkan kesegaran dipagi hari. Stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) kembali membuktikan predikatnya sebagai stasiun televisi favorit pemirsa Indonesia yang memiliki program-program acara berkualitas.

Tahun ini, RCTI berhasil menyabet tiga penghargaan prestisius dari lembaga survei asal Australia Roy Morgan. RCTI berhasil menyapu bersih penghargaan pada tiga kategori, yakni *TV News and Current Affairs Program of the Year* untuk program Seputar Indonesia , *TV Sinetron Program of the Year* untuk *Tukang Bubur Naik Haji* serta *TV Music/Entertainment Program of the Year* untuk Dahsyat. Ketiga program itu, menurut survei Roy Morgan, memiliki peminat tertinggi. Khususnya program *music* RCTI yaitu Dahsyat. Sejak tahun 2010 hingga tahun 2014 program *music* Dahsyat ini sudah meraih beberapa penghargaan sebagai Program Musik/*Variety Show* terfavorit. Adapun penghargaan yang diraih selama empat tahun ini dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini;

Tabel 1.1

Penghargaan *Music* Dahsyat

Tahun	Award	Kategori	Hasil
2010	Panasonic Gobel Awards 2010	Program Musik/ <i>Variety Show</i>	Menang
2011	Panasonic Gobel Awards 2011	Program Musik/ <i>Variety Show</i>	Menang
2012	Panasonic Gobel Awards 2012	Program <i>Variety Show</i>	Menang
2013	Panasonic Gobel Awards 2013	Program <i>Variety Show</i>	Menang
2014	1. Panasonic Gobel Awards 2014 2. Roy Morgan Customer Satisfaction Awards 2014	Program <i>Variety Show</i>	Menang
2015	Panasonic Gobel Awards 2015 (dalam Dahsyatnya Awards 2015)	Program <i>Special Events</i>	Menunggu

Sumber : www.jadwaltelevisi.com

Selain RCTI, SCTV pun memiliki Program Acara *music* yaitu Inbox, inbox merupakan *competitor* program acara *music* dahsyat. Acara yang ditayangkan di SCTV setiap hari memiliki slogan “Mantap!” dengan motto “Barometer Musik Indonesia” Inbox pun menayangkan program yang tidak jauh berbeda dengan Dahsyat, di Inbox terdapat program “bagi-bagi uang jutaan rupiah dari Mr. Tajir” dan “Juara Karaoke”. Meskipun berbeda beda pengemasan setiap acara yang ditayangkan, acara ini dapat

menarik *audience* sehingga *audience* dapat menyaksikan acara tersebut hingga selesai dan dapat menghibur *audience*. Inbox merupakan salah satu acara *music* terfavorit yang ditayangkan oleh SCTV. Sejak ditayangkan Inbox sering menjadi nominasi di berbagai penghargaan. Inbox hanya sebagai nominasi tidak pernah menjadi juara, lain halnya dengan Dahsyat pesaingnya yang selalu mendapatkan gelar sebagai juara dalam Program Musik/*Variety Show* di salah satu acara yaitu *Panasonic Gobel Awards*. Tabel 1.2 dibawah ini merupakan daftar Inbox sebagai nominasi dalam acara Panasonic Gobel Awards selama empat tahun.

Tabel 1.2 Nominasi Inbox

Tahun	Award	Kategori	Hasil
2010	Panasonic Gobel Awards 2010	Program Musik/ <i>Variety Show</i>	Nominasi
2012	Panasonic Gobel Awards 2012	Program <i>Variety Show</i>	Nominasi
2013	Panasonic Gobel Awards 2013	Program <i>Variety Show</i>	Nominasi
2014	Panasonic Gobel Awards 2014	Program <i>Variety Show</i>	Nominasi

Sumber: www.jadwaltelevisi.com

Keterkaitan pada suatu merek akan lebih kuat apabila dilandasi pada banyak pengalaman atau penampakan untuk mengkomunikasikannya. Berbagai asosiasi yang diingat konsumen dapat dirangkai sehingga membentuk citra tentang merek atau *brand image* didalam benak

konsumen. Selanjutnya apabila para konsumen beranggapan bahwa merek tertentu secara fisik berbeda dari merek pesaing, maka citra merek tersebut akan melekat secara terus-menerus, sehingga dapat membentuk kesetiaan terhadap merek tertentu yang disebut dengan loyalitas merek (*brand loyalty*).

Sama halnya dengan Acara Musik Inbox dan Dahsyat dalam penelitian ini penulis akan mencoba mengasosiasikan beberapa atribut dari program acara tersebut, dengan cara menggali atau mengajukan pertanyaan kepada sejumlah responden yang benar-benar telah mengetahui atau pernah menonton program acara music Inbox dan Dahsyat, dan dari beberapa atribut tersebut yang mana yang paling kuat diantara atribut-atribut lainnya. Dan dengan demikian kita dapat mengetahui apa yang menjadi *brand association* yang paling kuat dimata masyarakat dari acara *music* Inbox dan Dahsyat.

Berdasarkan latar belakang, penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul : **“ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*) INBOX DAN DAHSYAT BERDASARKAN PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana asosiasi merek (*brand association*) musik Inbox di SCTV dengan asosiasi merek musik Dahsyat di RCTI berdasarkan persepsi Mahasiswa Universitas Darma Persada?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis asosiasi merek (*brand association*) musik Inbox di SCTV dengan asosiasi merek musik Dahsyat di RCTI berdasarkan persepsi mahasiswa Universitas Darma Persada.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu : dengan diketahui asosiasi merek (*brand association*) Inbox dan Dahsyat berdasarkan persepsi mahasiswa Universitas Darma Persada) diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk meninjau kembali keberhasilan sebuah merek dalam membentuk *Brand Association* yang ada di benak konsumen.

