

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Semua organisasi modern baik perusahaan bisnis maupun nirlaba menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan dan mencapai tujuan finansial dan nonfinansial (Shimp, 2000: 4).

Pernyataan dari Rudy Hartono (HRD Radio Suara Surabaya) mendukung pernyataan diatas, ia menyatakan bahwa *event jazz traffic* merupakan event untuk *membranding* Radio Suara Surabaya. Radio Suara Surabaya ingin meregenerasi pendengar radio Suara Surabaya melalui event *Jazz Traffic Festival*, sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* dari para penonton *Jazz Traffic Festival*.

*Brand awareness* adalah kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan (Shimp, 2000: 11). *Brand awareness* merupakan salah satu aset perusahaan yang harus dipertahankan. Dalam proses mempertahankannya dapat menggunakan berbagai cara salah satunya menggunakan event (Aaker, 1991: 51).

Shone and Parry (2010: 4) mendefinisikan *Special event* sebagai fenomena yang timbul dari kesempatan non-rutin yang memiliki rekreasi, tujuan budaya, pribadi atau organisasi dari aktivitas normal sehari-hari, dan yang tujuannya adalah untuk mencerahkan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman sekelompok orang. Sehingga

dari *event* yang diadakan dapat memiliki tujuan yang bermacam-macam baik untuk tujuan pribadi maupun organisasi. *Special event* sendiri dapat terbentuk dari berbagai tujuan secara finansial maupun nonfinansial seperti salah satu *event Jazz Traffic Festival*.

*Jazz Traffic* awalnya merupakan program acara siaran radio Suara Surabaya sejak 1983 yang kemudian pada tahun 2011 dikembangkan menjadi acara musik yang bergengsi sehingga muncullah *event Jazz Traffic Festival* yang menjadi acara untuk memperkuat program siaran *Jazz Traffic*. *Event Jazz Traffic Festival* merupakan acara yang telah menjadi agenda rutin tahunan radio Suara Surabaya. Dalam *event Jazz Traffic Festival* yang mengusung konser musik jazz dengan memiliki 3 panggung dengan berjalannya waktu pada tahun 2017 sudah memiliki 5 panggung yang berada pada *Convention Hall*, *Exhibition Hall* dan lapangan parkir depan Grand City Surabaya. Di setiap panggungnya hanyalah memiliki perbedaan pada artis yang akan bernyanyi dan susunan artis yang disesuaikan oleh kondisi panggung, namun untuk acara penutup dari *Jazz Traffic Festival* ini difokuskan pada satu panggung yaitu panggung yang berada pada lapangan parkir depan Grand City Surabaya (Ady, Staff Radio Suara Surabaya).

*Jazz Traffic Festival* juga telah menjadi acara khas bagi para pencinta jazz, karena setiap tahunnya acara ini selalu mengalami peningkatan pengunjung dapat dilihat dari jumlah penjualan tiket *Jazz Traffic Festival* yang meningkat tiap tahunnya. Yang awalnya *event Jazz Traffic Festival* ini diadakan selama sehari dan sering kali banyak penonton yang tidak mendapatkan tiket sehingga sekarang diadakan

selama dua hari agar para penonton dapat menikmati lebih lama dan tidak takut tiket habis.

Penonton konser *Jazz Traffic Festival* ini dari berbagai kalangan dari pelajar hingga orang tua. Tiket *Jazz Traffic Festival* terbagi menjadi 2 kategori yaitu tiket untuk mahasiswa atau pelajar dan tiket umum perbedaan tiket ini hanya terletak pada harganya, namun pada tiket pelajar atau mahasiswa memiliki beberapa ketentuan yang harus diperhatikan, seperti jam berapa para pemegang tiket pelajar atau mahasiswa harus masuk kedalam *venue*. Pada event *Jazz Traffic Festival* tahun 2011 dan 2012, memberikan sensasi yang berbeda dari *Jazz Traffic Festival* yang selama ini dijalankan karena pada tahun 2011 dan 2012 *Jazz Traffic Festival* memberikan 2 pilihan tiket yaitu tiket VIP dan tiket festival dengan fasilitas yang berbeda. Untuk tiket VIP penonton dapat menonton semua artis yang ada sedangkan untuk tiket festival pada jam tertentu tidak dapat menonton artis tertentu.

Radio Suara Surabaya merupakan radio yang iconic dan sudah berumur 34 tahun di Surabaya. Radio Suara Surabaya juga dikenal sebagai radio yang berbasis *citizen journalism* dimana para pendengarnya dapat memberi laporan bagaimana keadaan di jalan dan memberikan informasi mengenai apa yang sedang terjadi, juga bisa untuk melaporkan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan fasilitas umum, dan sebagai tempat untuk melaporkan jika ada yang memerlukan bantuan seperti kehilangan motor, mobil bahkan orang hilang. Tidak hanya sebagai radio berita, dibalik semua itu Radio Suara Surabaya merupakan penyelenggara dari konser musik jazz yaitu, *Jazz Traffic Festival*.

Radio Suara Surabaya mengadakan *Event Jazz Traffic Festival* ini dengan tujuan untuk meregenerasi pendengar radio Suara Surabaya. Dengan diadakannya *event* ini dapat menciptakan brand awareness mengenai radio Suara Surabaya. Brand awareness ini ada 2 tahapan yaitu dikenal dan diingat, radio Suara Surabaya ingin membuat para penonton *Jazz Traffic Festival* dapat mengetahui dan mengingat *brand* radio Suara Surabaya.

Oleh karena itu peneliti ingin mengungkap pengaruh *event Jazz Traffic Festival* ini dapat mempengaruhi *brand awareness* pada Radio Suara Surabaya. Peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh *event* ini dalam pencapaian *brand awareness* pada khalayak, Radio Suara Surabaya sebagai radio berita.

Adapun penelitian sebelumnya dapat terlihat bahwa event yang dilaksanakan dapat memberikan pengaruh seperti penelitian yang dilakukan oleh Firdha Saskia pada tahun 2015 dari Telkom University dalam penelitiannya pengaruh *special event* kickfest terhadap pengetahuan khalayak mengenai brand lokal. Dalam penelitian ini yang diangkat oleh Firdha Saskia merupakan pengaruh *event* terhadap pengetahuan khalayak mengenai brand lokal menyatakan adanya hubungan yang positif.

Kemudian ada pula penelitian yang dilakukan oleh Ellen Madhalena dan Syahputra pada 2016 dari Telkom University dalam penelitiannya pengaruh *event marketing* terhadap *brand image* rokok Djarum Super Mild PT Djarum. Merupakan *event marketing Stage Bus Jazz Tour 2015* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand image* rokok Djarum Super Mild.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hirza Sukoco pada tahun 2014 dari Universitas Negeri Surabaya dalam penelitiannya pengaruh pemasaran *event* terhadap citra merek minuman isotonik Mizonedi Indonesia. Dari penelitian ini dinyatakan bahwa pemasaran event memiliki dampak positif terhadap citra merek minuman isotonic Mizonedi Indonesia.

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu dari ketiganya memiliki kesamaan bahwa semuanya menggunakan pengaruh event terhadap brand atau citra sebuah produk atau perusahaan sedangkan, dalam penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu untuk referensi dalam pengerjaan penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan yang dilakukan oleh peneliti, maka dari itu peneliti ingin meneliti pengaruh *event Jazz Traffic Festival* terhadap *Brand Awareness* Radio Suara Surabaya. Hal ini dikarenakan *event* yang digunakan oleh peneliti merupakan *event* yang dibentuk dengan maksud untuk *membranding* Radio Suara Surabaya, untuk menciptakan dan meningkatkan *brand awareness* terhadap brand radio Suara Surabaya. Yang dimana peneliti akan mengukur event berdasarkan karakteristik event menurut Any Noor (2013: 14-17) keunikan, perishability, ingtanibility, suasana dan pelayanan, serta interaksi personal. Kemudian peneliti akan mengukur *brand awareness* menurut Terence A. Shimp (2003: 11) pengenalan terhadap *brand* dan kemampuan untuk mengingat *brand*.

## **I.2 RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana pengaruh *event Jazz Traffic Festival* terhadap *brand awareness* Radio Suara Surabaya?

## **I.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah :

Untuk melihat pengaruh *event Jazz Traffic Festival* terhadap *brand awareness* Radio Suara Surabaya.

## **I.4 BATASAN PENELITIAN**

Batasan masalah penelitian

1. Penelitian ini hanya mengukur pengaruh karakteristik *special event* terhadap *brand awareness* perusahaan.
2. Penelitian ini dilakukan hanya di wilayah Surabaya.
3. Subyek penelitian ini adalah penonton dari *event Jazz Traffic Festival*.
4. Penelitian ini menggunakan metode survey.

## **I.5 MANFAAT PENELITIAN**

I.5.1 Manfaat akademis

Untuk memperkaya kajian tentang pengaruh *event* terhadap *brand awareness*.

I.5.2 Manfaat praktis

Sebagai bahan referensi bagi Radio Suara Surabaya dalam mengembangkan *event Jazz Traffic Festival* dan *brand awareness* Radio Suara Surabaya.