

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan ilmu yang penting bagi setiap manusia, bahkan sangat mendasar dan sangat vital dalam kehidupan manusia, di katakana seperti itu dikarenakan di setiap masyarakat modern maupun tradisional membutuhkan komunikasi. Hal ini juga tercantum dalam UUD 1945 pasal 28 (1) “setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia” .Perkembangan komunikasi saat ini sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, pelaku usaha akan dengan sangat mudah mempromosikan, serta memasarkan barang dan atau jasa yang di produksi kepada masyarakat luas dengan berbagai macam media termasuk media Radio.

Perkembangan Radio di Ponorogo bisa di katakana begitu pesat dari tahun ke tahun peminat Radio semakin bertambah di buktikan dengan bermunculanya stasiun stasiun Radio di Ponorogoyang masing masing mempunyai segmentasi pendengar tersendiri. Berkembang pesatnya jumlah stasiun Radio juga di pengaruhi oleh perkembangan teknologi. Dengan perkembangan internet yang semakin maju, munculah radio streaming yang memanfaatkan internet sebagai cara lain untuk mendengarkan Radio di mana saja .

Masyarakat banyak mendengarkan Radio di setiap harinya, demi mengisi kesosongan atau pun di sela – sela pekerjaannya. Mungkin di toko, sawah ataupun di rumah. Pendengar Radio yang mampu berkomunikasi langsung dengan penyiarinya juga mampu menarik masyarakat untuk menjadikan radio sebagai alat komunikasi. Radio juga dipilih sebagai alat untuk marketing sebuah iklan produk. Salah satu contoh Radio yang masih sangat di gemari oleh masyarakat ponorogo adalah Radio Duta Nusantara.

Radio Duta Nusantara menyuguhkan program yang banyak di gemari oleh masyarakat Ponorogo seperti contohnya berita dan hiburan campursari yang pasti di sela sela program tersebut diselipkan advertaising atau iklan yang menjadi pemasukan utama bagi Radio Duta Nusantara. Iklan merupakan hal yang banyak dinikmati oleh masyarakat, kebanyakan orang mulai melirik iklan dengan sudut pandang tertentu. Banyak perusahaan besar mampu memasarkan produknya dengan baik dan pastinya dengan adanya iklan yang mampu mempengaruhi masyarakat agar membeli produk tersebut. Femonema iklan yang mulai marak di ponorogo adalah iklan testimony yang banyak di gunakan untuk memasarkan sebuah produk obat herbal, Di Radio Duta Nusantara sendiri iklan testimoni obat herbal sudah sering di perdegaran kepada khalayak. obat herbal ini bayak di minati oleh masyarakat di karenakan khasiatnya yang di beberkan dalam iklan. Awalnya iklan produk herbal yang menyertakan testimoni sangat lah jarang di suguhkan oleh Radio – Radio di Ponorogo, sampailah muncul fenomena iklan testimoni yang akhir – akhir ini hampir di suguhkan di setiap Radio di Ponorogo.

Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang (konsumen) membeli suatu produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. (Lilik, 2011, p. 65) faktor-faktor tersebut meliputi seperti merek barang, pelayanan toko, kualitas barang, serta masih banyak faktor lainnya. faktor tersebut juga dapat mempengaruhi sikap membeli pada konsumen. Sikap konsumen terdiri dari : (1) kepercayaan, (2) perasaan, dan (3) tujuan perilaku terhadap beberapa objek-dalam konteks pemasaran, biasanya brand atau toko retail (Drs Paulus (Lilik, 2011, p. 44)

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang melibatkan sponsor tertentu, yakni si pemasang iklan, yang membayar jasa sebuah media massa atas penyiaran iklan nya (Suhadang, 2010, p. 20). Bentuk komunikasi dari iklan sangat lah beragam ada yang menggunakan media TV, Radio, Majalah, dll. Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi ajakan / rayuan untuk konsumen melakukan pembelian produk/ jasa.. Ajakan atau rayuan tersbut mempunyai bagian iklan yaitu testimonial, Testimonial adalah pesan advertising yang dianggap oleh konsumen dianggap merefleksikan opini, keyakinan, atau pengalaman dari individu atau kelompok (William, 2011, p. 56)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah untuk penelitian ini adalah

Bagaimana analisis iklan testimoni obat herbal dengan pendekatan aidda terhadap kepercayaan pendengar radio duta nusantara di ds. Bedi wetan kec. Bungkal Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui analisis iklan testimoni obat herbal dengan pendekatan aidda terhadap kepercayaan pendengar radio duta nusantara di ds. Bedi wetan kec.

Bungkal Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan ilmiah pada lingkup komunikasi, serta media.

2. Segi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan literatur oleh penelitti selanjutnya yang akan meneliti tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

