

## ABSTRACT

Radio industry is one kind of industry with high competition. Radio stations have to make an interesting radio program to attract the advertisers. This research in order to develop a model that can be used to predict success level of radio programs.

This research was started by identifying a success radio programs that based on rating. After that, the researcher determined the competition factors by doing meta analysis. Then, those factors were classified with Kano Model into three groups: *must-be requirements*, *one-dimensional requirements*, and *attractive requirements*. The researcher used regression analysis by choosing the least SSE score in order to classified those three groups. The data were divided into two groups, one of them was used to build the model, and the other was used to cross validation. The models would be tested their coefficient determination ( $R^2$ ).

There were 103 radio programs had been evaluated. The level of success can be determined by each program radio's rating. For determining the level of success would be evaluated, the researcher used Pareto Chart. There were 26 success radio programs. Based on this research we know that there are seven factors such as: theme, schedule, announcer, competitor, the kind of song, duration, and guest star. The best model has 22,85 % coefficient determination.

**Keywords:** Kano Method, Level of Product Success, Radio Industry.

## INTISARI

Industri radio merupakan industri dengan tingkat persaingan yang ketat. Stasiun radio berlomba-lomba untuk membuat program yang menarik agar semakin banyak pemasang iklan yang memasang iklan di stasiun radio tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah model yang dapat digunakan untuk memprediksi kesuksesan program radio.

Penelitian dimulai dengan mengidentifikasi program radio sukses berdasarkan *rating*. Selanjutnya dilakukan penentuan faktor-faktor kompetisi dengan cara melakukan meta analisis. Kemudian faktor-faktor kompetisi tersebut diklasifikasikan menurut Model Kano ke dalam tiga kelompok, yaitu: *must-be requirements*, *one-dimensional requirements*, dan *attractive requirements*. Pengelompokan tersebut menggunakan bantuan regresi dengan pemilihan nilai SSE terkecil. Selanjutnya dilakukan pembangunan model sesuai metode Kano. Model tersebut diharapkan mampu memprediksi kesuksesan program radio di masa mendatang. Data yang tersedia dibagi menjadi dua, sebagian untuk membangun model, dan sebagian lainnya untuk validasi silang. Model yang terbentuk kemudian diuji koefisien determinasinya ( $R^2$ ).

Terdapat 103 program radio yang dievaluasi. Penentuan tingkat kesuksesan produk dilihat dari nilai *rating* setiap program radio. Untuk menentukan program radio sukses yang akan dievaluasi lebih lanjut, digunakanlah diagram pareto dan dihasilkan 26 program radio yang dianggap sukses. Kesuksesan program radio tersebut dipengaruhi oleh tujuh buah faktor yang terdiri dari: tema, waktu tayang, penyiar, kompetitor, lagu, durasi, dan pengisi acara. Terdapat dua buah variasi model yang dihasilkan. Model terbaik memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 22,85%.

Kata kunci: Metode Kano, Kesuksesan Produk, Industri Radio.