

Persepsi khalayak pendengar terhadap RRI (rekomendasi bagi komunikasi pemasaran RRI sebagai radio publik)

Mochammad Bugi Hidayat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74853&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi pemasaran adalah salah satu elemen penting dalam bisnis, betapapun bagusnya suatu produk atau jasa, tanpa usaha dan strategi marketing yang tepat produk atau jasa tersebut tidak akan dapat dijual atau tidak dapat mengenai sasaran seperti yang diinginkan. Prinsip 4 P atau bahkan 7 P untuk produk jasa seperti Radio Republik Indonesia (RRI) hendaknya sangat tepat bila diaplikasikan.

Tanpa mengurangi unsur-unsur yang lain faktor promosi tampaknya juga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Sebuah produk atau jasa harusnya di promosikan. Untuk menjalankan strategi promosi yang tepat, beberapa hal harus diperhatikan oleh perusahaan tersebut. Promosi yang baik dapat memberikan brand image yang kuat serta positioning yang baik di konsumen/masyarakat. Dalam berpromosi hendaknya harus lebih dulu diketahui apa dan bagaimana keadaan dan target audience, hal ini memang tidaklah mudah apalagi jika harus mengetahui kebutuhan dan keinginan dari target audience. Namun hal itu bukantah sesuatu yang tidak mungkin untuk dilakukan, oleh sebab itulah perlu diadakan penelitian terhadap audience sehingga diharapkan dapat diketahui apa yang dibutuhkan atau diperlukan oleh audience. Tesis ini adalah sebuah penelitian tentang bagaimana keadaan RRI sekarang di tengah masyarakat setelah RRI berubah status Dari UPT (Unit Pelaksana Teknis) Departemen Penerangan menjadi perusahaan jawatan dan sekarang sedang dalam proses menjadi sebuah 'Radio Publik (Public Service Broadcasting). RRI selama ini mempunyai Brand Image yang kuat, namun Positioning dari RRI adalah sebagai radio pemerintah yang nota bene adalah suara pemerintah yang dianggap selalu membela- kepentingan pemerintah atau dengan kata lain hampir 80% siaran RRI adalah untuk kepentingan pemerintah.

Perubahan status RRI dan kenginannya menjadi radio publik nampaknya harus disosialisasikan kepada masyarakat terutama untuk merubah anggapan masyarakat tentang RRI dimasa lampau dengan RRI sekarang.

Dengan dilakukan penelitian diharapkan dapat diketahui persepsi masyarakat terhadap RRI dan jugs dapat diajukannya sebuah rekomendasi terhadap RRI dalam melakukan langkah-langkah strategis dalam memasarkan produknya (jasa siaran) sehingga apa yang di harapkan oleh RRI untuk menjadi radio publik dapat tercapai.