Jurnal Ilmiah Komunikasi

Konstruksi Teori Komunikasi Dalam Tafsir Al Qur’an Surat Al Fatihah
Muhamad
muhamad@unissula.ac.id

Inovasi Komunikasi Pemasaran Pada RRI Semarang
Agus Triyono
agustriyono7@gmail.com

Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness terhadap Intensi Mengunjungi Tempat Wisata
Ziarah Makam Sunan Kalijaga Demak
Santi Ratuwati
santiratuwati@gmail.com

Pengaruh Persepsi Downline Tentang Kualitas Jasa Upline Pada Multi Level Marketing Tianshi
Terhadap Loyalitas Downline di Malang
(Studi pada jaringan Akhmad Fidzam)
Devri Purnamasari
devri.purnamasari@gmail.com

Manajemen Krisis Polri dalam Kasus Penyerangan Lembaga Permasyarakatan Cebongan
Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta
Iva Anjar Prawestri
iva.anjar89@yahoo.co.id

Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial Facebook
Muna Madrah
munamadrah@unissula.ac.id,
Mada Dwi Adi perti
made@unissula.ac.id

Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Joko Widodo dalam Mengentaskan Kemiskinan (Studi
Opini Pemegang Kartu Jakarta Sehat dan Kartu Jakarta Pintar dari DKI Jakarta)
Indah Suryawati
indahsuryawati_2121@yahoo.com

Diterbitkan oleh :
Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA Semarang
dan
Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)
INOVASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA RRI SEMARANG

Oleh:
Agus Triyono
Program Studi Penyiaran, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro
Email: agusтрийонов7@gmail.com

Abstrak

Keberadaan RRI Semarang sebagai salah satu media massa elektronik memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Sebagai radio publik, RRI Semarang ditunjuk untuk tetap eksis dan bersaing dengan banyaknya stasiun radio yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hal yang terkait dengan inovasi yang dilakukan RRI Semarang dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mendeskripsikan hasil temuan di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan, RRI Semarang banyak melakukan inovasi baik on air dan off air yang mampu menyusun kondisi masyarakat di Semarang dan sekitarnya.

Kata kunci : inovasi, komunikasi pemasaran, pendengar

Abstract

The existence of the RRI Semarang electronic mass media has an important role in conveying information to the public. For public radio, RRI Semarang required to exist and compete with many existing radio station. This study aims to determine a lot of things related to the innovations RRI Semarang in maintaining its existence. This research uses descriptive qualitative method to describe the findings in the field. The results showed, RRI Semarang many innovations through activities on air and off air that is able to adjust the conditions in Semarang and surrounding communities.

Keyword : inovasi, marketing communications, audience

I. Pendahuluan

Radio merupakan salah satu media massa elektronik berfungsi memberikan informasi, pengetahuan, dan hiburan. Radio mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang berorientasi audio dan video yang mengedepankan gambar dan suara dan bersifat yang mekanik optik.

Begitu banyak media massa yang berkembang pesat hingga saat ini, tak terkecuali sebuah stasiun radio yang terus update atas program yang diisarkan. Para pendengar atau audience, dewsasa ini sudah sangat cerdas dalam memilih stasiun radio sesuai dengan kebutuhannya. Banyak stasiun radio berupaya memberikan program acara sesuai dengan keinginan pendengar. Oleh karena setiap pesan yang ingin disampaikan harus dikemas menarik supaya dapat memikat pendengarnya. Program-program yang diproduksi harus disesuaikan dengan keinginan pendengar supaya mereka tetap setia untuk mendengarkan radio. Apalagi dengan semakin menjamurnya media-media lain yang juga menawarkan program yang menarik yang akan menambah referensi masyarakat dalam
mengkonsumsi media yang akan mereka pilih. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri untuk sebuah stasiun siaran. Tak terkecuali Radio RRI Semarang berupaya melakukan terobosan dengan kegiatan on air dan off air yang dilakukannya untuk menarik simpati bagi pendengarnya. Sebagai stasiun radio yang notabene milik pemerintah, radio ini juga melakukan kreativitas untuk bersaing dengan radio-radio lainnya.

Seperti dilakukan penelitian terdahulu oleh Naiza Rosalia, dengan judul Faktor-faktor Daya Tarik Stasiun Radio, dimana peneliti sebuah stasiun radio swasta di Semarang yakni Hot FM yang merupakan radio baru di Semarang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan 4 faktor yang menjadi daya tarik stasiun radio. Yakni, pertama; program siaran, dimana terdiri dari kualitas pemanasan, musik, program dan games. Kedua, materi siaran, dimana terdiri dari penyiaran, posisi, brand, berita dan Facebook. Ketiga, audio inovatif yang terdiri dari efek suara dan feature. Keempat, Brand Activation yang terdiri dari hal-hal yang mendukung kegiatan on air yang keren keberadaan radio streaming, dan sebagian off air.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana inovasi yang dilakukan RRI Semarang sebagai stasiun radio layanan publik melayani masyarakat di seluruh munculnya stasiun radio lain makin eksis. Stasiun radio ini juga dituntut untuk mampu bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan dengan radio-radio yang ada dan juga harus mampu melakukan inovasi agar program-programnya dapat selalu eksis dan diterima oleh pendengar yang ada.

Tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi yang dilakukan RRI Semarang dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensi di mata publik. Disamping itu juga, untuk mengetahui inovasi-inovasi yang dilakukan baik secara on air maupun off air.

Penelitian menggunakan teori pemasaran sosial menurut Kotler dalam Buchari (2009), yakni suatu desain (rancangan), pelaksanaan dan kontrol dari suatu program-program yang bertujuan untuk meningkatkan penerimaan dari satu ide-ide sosial/akibat-akibat sosial dari satu target grup/sasaran. Pemasaran sosial menggunakan konsep:

- Segmen pasar
- Riset konsumen
- Komunikasi
- Fasilitas
- Insentif
- Pengembangan Konsep


II. Metode Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang mengarah pada penelusuran secara rinci dan mendalam. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian dasar, yaitu sebuah
penelitian yang berusaha mengungkap, menggambarkan dan menjelaskan sebuah fenomena memahami fenomena tersebut. (Sutopo, 2010). Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus pada radio publik RRI Semarang.

Penelitian ini menggunakan dua metode teknik pengumpulan data, yaitu wawancara dalam mencatat dokumen/penelaahan terhadap dokumen-dokumen.

1. Wawancara mendalam yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara berdialog secara langsung dengan berfokus pada hal tertentu. Teknik wawancara ini dilakukan pada semua informan yang meliputi (a) Kepala stasiun radio RRI Semarang, (b) deswarka marketing radio RRI Semarang, (c) deswarka produksi RRI Semarang, (d) penden (audience).


2. Mencatat dokumen, dilakukan untuk mengumpulkan data pendukung yang dapat memperjelas data utama yang bersumber dari dokumen resmi dan asri yang terdapat di RRI Semarang. Data tersebut antara lain adalah data program komunikasi pemasaran yang dilakukan pada tahun 2012.

Disini peneliti mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan permasalahan dan dapat dikembangkan dengan informasi lainnya sebagai kelengkapan informasi yang diperlukan. Peneliti cenderung memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya. Mereka adalah Kepala Lembaga Penyiaran Publik (LPP RRI Semarang); Dra. Hj. Saraswati SA, Kepala Seksi Pengembangan Usaha ; Atik Hindari, SH, Penderag ; R. Suyarto Sumardiyo Atmojo, Sugiyarto, dan Yuni Eka Putri.

Proses analisis yang digunakan yakni dengan menggunakan model analisis interaktif; model analisis interaktif ini ada ada 3 komponen analisis yakni reduksi data, sain data dan penarikan simpulan/verifikasi, aktifitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. (Hadari, 2010)

III. Hasil Dan Pembahasan


Pemasaran sosial yang dilakukan dengan menggunakan strategi, yang di dalamnya terdapat unsur-unsur seperti...
Analisis pasar, perencanaan strategi, pengorganisasian sumber daya dan penyusunan program, pelaksanaan pemasaran, pengendalian terhadap program pemasaran, dan evaluasi.

1. Analisa Pasar


- **Strength** atau kekuatan dari RRI Semarang adalah adanya dukungan dari pemerintah pusat dalam penyelenggaraan manajemen RRI Semarang. Dalam operasionalisasinya RRI Semarang masih mempertahankan program siaran yang selama ini menjadi unggulan seperti program diskusi interaktif, program budaya (wayang kulit, wayang orang, budaya-budaya lokal dan kedaerahan) yang mampu memberikan warna tersendiri bagi masyarakat Semarang dan Jawa Tengah.

- **Weakness** atau kelemahan, RRI Semarang dikenal masyarakat sebagai radio public milik pemerintah yang stagneran, tidak banyak memberikan kreatifitas sesuai dengan perkembangan jaman masa kini. Ini menjadi kelemahan atas image yang terbangun selama ini. Oleh karenanya RRI Semarang dituntut untuk selalu mengikuti berbagai kemajuan dan perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu.

- **Opportunity** atau kesempatan Aspek ini memberikan peluang yang sangat besar bahwa RRI Semarang juga bisa berinovasi yang dilakukan secara on air maupun off air. Secara on air dalam rangka penyajian program yang menarik sesuai dengan segmentasi dari program pro 1-4 menumbuhkan motivasi yang kuat dalam menciptakan program yang disukai masyarakat Sementara kegiatan off air, banyak
melakukan even-even seperti sepeda sehat, donor darah, kontes wayang kulit, musik dan lainnya ikut menambah keberadaan RRI Semarang.

- Treatment atau ancaman. Munculnya berbagai stasiun radio swasta yang selalu berlomba-lomba berinovasi, memuntut RRI Semarang berbenah diri, berkarya dengan melakukan terobosan-terobosan yang dapat menarik perhatian para pendengar.

2. Percocokan Strategi
Setiap perusahaan mempunyai sasaran-sasaran yang ingin dicapai. Strategi digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut supaya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

RRI Semarang mengalami potensi yang dimilikinya dengan menyusulkan kebutuhan masyarakat akan produk siaraninya. Mengangkat potensi lokal kedaerahan yang diangkat menjadi sebuah tema atau topic dalam beberapa program siarannya menjadi salah satu strategi yang dibangun untuk mempertahankan eksistensi RRI Semarang. Selain itu, melibatkan tokoh-tokoh yang berpengaruh, public figure untuk ikut serta mengkritisi dan mendorong kebijakan pemerintah daerah darurat meningkatkan informasi dan komunikasi menjadi bagian dari strategi yang dijalankan. Langkah ini menjadi modal bagi RRI Semarang dalam melakukan survey atau riset pasar sehingga memiliki pasar yang dapat didefinisikan dengan baik.


4. Pelaksanaan pemasaran.
Pemasaran di RRI Semarang dilakukan oleh sebuah devisi yang sebut sebagai Pengembangan Usaha. Devisi ini melakukan kegiatan pemasaran baik secara on air maupun off air dimana didukung dengan fasilitas yang cakup untuk memberikan hasil yang diharapkan. Devisi inilah yang membuat kreativitas dalam rangka peningkatan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan kualitas RRI Semarang. Pemasaran disesuaikan dengan kebutuhan radio yang merupakan radio public.

5. Pengendalian terhadap program pemasaran, dilakukan oleh seksi pengembangan usaha. Pengembangan dilakukan dalam lingkungan kreativitas siaran melalui produksi-produksi yang kreatif, siaran-siaran yang menyusulkan kebutuhan para pendengar dan disesuaikan dengan segmentasi dari RRI pro 1 - 4. Sementara itu, pengendalian secara manajerial dilakukan oleh seorang kepala stasiun RRI Semarang, yang memantau baik secara langsung maupun melalui unit-unit yang ada dibawahnya. Pengendalian ini sangat erat kaitannya dengan reward maupun punishment yang diberikan pada sumber daya yang ada. Bagi yang berprestasi akan mendapatkan insentif yang sesuai dengan hasil kerjanya, dan disesuaikan dengan regulasi yang ada. Sementara, bagi yang prestasinya
kurng akan disesuaikan dengan situasi dan kondisi manajemen RRI Semarang.


Setiap periode tertentu RRI Semarang melakukan evaluasi atas kinerja yang dilakukan oleh unit-unit terkait. Untuk kegiatan pemasaran off air, dilakukan evaluasi dalam jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Jangka panjang dilakukan setiap tahun, jangka menengah dilakukan setiap 6 bulan dan 3 bulan. Sementara, jangka pendek dilakukan setiap minggu dan bulanan. Evaluasi ini akan menjadi refleksi atas program kerja yang telah dilakukan selama ini. Jika program yang hasilnya baik akan tetap dipertahankan dan ditingkatkan. Sementara yang kurang baik akan ditinjau kembali untuk pengembangan konsep berikutnya, sehingga kedepan dapat menghasilkan sebuah konsep yang cocok bagi perkembangan RRI Semarang.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam dengan Kepala Lembaga Pemasyarakatan Publik (LPP) RRI Semarang, Kepala Seksi Pengembangan Usaha, dan pendengar atau audience.

Informan I : Kepala LPP RRI Semarang (Dra H J Saraswati SA)


Informan II (Atik Hidayati,SH ; Kepala Seksi Pengembangan Usaha)

Aspek internal, dengan melakukan invasi dengan meningkatkan acara yang sudah ada namun dengan modifikasi baru dan pembuatan program acara yang lagi trend.


Selain itu, terdapat temuan lain yang memberikan kontribusi signifikan yakni program yang berkaitan dengan budaya-budaya lokal. Program ini dikemas dalam bentuk feature dan juga layanan seperti halnya profile. Program ini juga mendapat respon positif dari mereka.

Aspek Eksternal- Kreativitas RRI Semarang dalam bidang off air juga mempunyai record yang cukup signifikan. Diantaranya, RRI Semarang ini mampu membuat sebuah EO (Even Organizer) yang menjalankan aktifitas mereka di dunia luar. Lomba jalan sehat, sepak terbuka, lomba lintang radio, petnis seni dan kegiatan lainnya yang melibatkan massa dengan intensitas cukup besar mampu menyedot perhatian massa. Even ini, sangat efektif karena banyak sponsor yang ingin melibatkan diri dan berkontribusi dalam even yang diselenggarakan. Makin diakui sponsor yang terlibat lebih banyak dalam rangka meningkatkan citra dan reputasi sebagai radio publik.

Unit Layanan Masyarakat

Devisi ini berorientasi pada bagaimana memberikan pelayanan yang optimal terkait dengan informasi, pendidikan dan hiburan kepada semua lapisan masyarakat di seluruh Indonesia. Informasi dimaksudkan adalah memberikan informasi sejelas-jelasnya pada masyarakat luas pada beberapa bidang yang dibutuhkan. Penyampaian informasi ini diharapkan mampu memberi kontribusi yang sangat besar dalam menciptakan masyarakat yang melek terhadap informasi. Disamping itu, RRI Semarang sesuai dengan hasil penelitian juga berorientasi dalam bidang pendidikan. Artinya, ikut serta melakukan proses mencerdaskan bangsa melalui siaran-siaran yang mendidik dengan mengedepankan ilmu pengetahuan.

Unit Pencitraan

Devisi ini merupakan bagian yang juga sangat penting dalam meningkatkan citra maupun image positif masyarakat. Keberadaan unit ini juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan RRI Semarang dalam meningkatkan eksistensinya. Sesuai hasil lapangan RRI Semarang melalui unit ini telah banyak melakukan kegiatan dari aspek sosial, ekonomi, budaya dan politik dalam menunjang kegiatan pencitraan.

Informasi III ((R.Suyarto Sumardiyo Armojo (68th))

Sebagai radio publik, tidak ada salahnya jika RRI mampu membuat terobosan baru dengan menggali potensi yang ada lebih mendalam dengan mendekamkan profesionalitas. RRI juga telah membawa perubahan dengan memberi ruang pada publik atas kebijakan dari para pengambil keputusan di lingkungan Semarang dan Jawa Tengah khususnya dan Indonesia pada umumnya. Hal ini menjadi preseden yang sangat baik, atas konsistensi RRI Semarang dalam keterlibatannya mendukung perubahan peradaban masyarakat menjadi lebih baik.

Jadi berharap, RRI mampu lebih kreatif, meski sebagai radio publik tetapi dapat berk鲧a dengan menyuguhkan inovasi dan karya-karya yang up to date sehingga dapat diterima masyarakat secara baik.

Informan IV (Sugiarto, 43th)

Informan ini merupakan pendengar yang mengikuti siaran RRI Semarang, khususnya di frekuensi pro 2 FM yang bersensor musik dan informasi. Dia mengikuti siaran RRI Semarang karena siaran musik dan informasi terus di sesuaikan dengan selera kalangan muda.

Namun, memberikan warna baru akan lagu-lagu yang disajikan.

Pak Sugiarto ini mengaku, radio RRI Semarang khususnya Pro 2 memanimaskan saat menjadikan tugastugasnya. Sebagai security dalam sebuah perusahaan swasta terkemuka di Semarang, radio menjadi bagian yang sangat vital karena bisa membantu mengusir rasa bosan dalam rutinitasnya sehari-hari. Ketadnan siaran RRI Semarang yang menyuguhkan lagu-lagu favorit mampus mengusir rasa gundah dan tena-tena menghibur. Lagu-lagu tersebut dimunculkan sangat variatif, sesuai dengan segmentasi waktu yang telah menjadi agenda rutin, seperti lagu-lagu dari grup musik Kotak band, Zigas band, Kangen band, Gigi band, Mahadewi, dan grup musik baru lainnya. Selain itu, juga ada segmen lagu-lagu campur sari. Ditambah lagi dengan suguhkan informasi mulai dari even-even di Semarang, berita yang ringan hingga politik memberikan tambahan yang bermanfaat bagi masyarakat.

Informan V (Yuni Ekoawati, 40 th)

Informan ini merupakan pendengar yang mengikuti siaran RRI Semarang. ia sering kali mendengarkan RRI Semarang berkaitan dengan agenda kegiatan yang laksanakan dan juga komunitas lain yang bekerjasama dengan RRI Semarang. Informasi itu ia batuikan untuk menggali informasi tersebut berkenaan dengan tugastugasnya sebagai tenaga administrasi di sebuah perusahaan penerbit swasta. ia juga mengamati berbagai iklan yang muncul di radio tersebut sehingga mampu membantu referensi pada bids marketing untuk ditindaklanjuti sebagai bagian dari kegiatan komunikasinya.

Banyaknya informasi yang ia terima, memberikan inspirasi untuk terus menggali informasi se-deras-dalamnya mengenai RRI Semarang. Munculnya informasi yang dikemas dengan pengumuman, iklan atau jenis lain yang disiarakan membuka peluang bagianya untuk menjual kerjasama dengan perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam informasi tersebut.

ia mengaku, bahwa frekwensi iklan di RRI Semarang sati ini jauh lebih banyak dari pada waktu-waktu lalu. Banyak sekali iklan yang muncul, mulai dari iklan layanan masyarakat seperti iklan yang memberikan pendiadatan dan pembelajaran pada masyarakat, seperti iklan peningkatan pelaksanaan KB (Keluarga Berencana), bahaya Merokok dan lainnya. iklan komersil seperti dari
perusahaan, makanan, minuman dan perusahaan lainnya menghiasi iklan-iklan di RRI Semarang.

Simulatan

Dari hasil temuan di lapangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. RRI Semarang telah banyak melakukan banyak kreasi dalam menarik simpati pendengar, seperti selalu update terhadap acara musik maupun informasi dalam bentuk penyajian berita yang terbaru.


3. RRI Semarang mampu melestarikan aspek budaya lokal, dengan menyelenggarakan pertunjukan budaya yang menarik simpati dan membangkitkan rasa memiliki masyarakat Jawa Tengah seperti Gelar budaya Wayang Kulit, Gelar musik campus sari, kercong, maupun musik modern yang notabene menjadi budaya lokal di Jawa Tengah.


Saran

1. RRI Semarang diharapkan agar terus menggali potensi yang ada dengan menggunakan sumber daya dan terus mununjukdengan kreatifitas.

2. Melakukan pendekatan dengan banyak komunitas dengan melakukan kegiatan bersama-sama yang saling menguntungkan dengan frekuensi lebih banyak.

3. Melakukan penguatan program-program up to date yang dilandasi dengan IPTEK dan kemajuan teknologi informasi dan dilakukan sosialisasi serta publikasi pada masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku Cetak:


Jurnal Cetak: