ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI BIDANG LAYANAN DAN PENGEMBANGAN USAHA LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA (LPP RRI) BANDUNG

Oleh :
Irman Sukirman
NIM. 41811030

Skripsi ini di bawah bimbingan,
Melly Maulin P, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandung melalui kegiatan *Off-Air* dalam menjaga citra lembaganya. Untuk menjawab penelitian tersebut, maka diangkat sub fokus yaitu Identifikasi sasaran khalayak, penentuan tujuan , pesan yang disampaikan, media yang digunakan serta evaluasi kegiatan.

Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi pustaka, dan *internet searching*. Subjek penelitian adalah Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga LPP RRI Bandung dan Divisi Komunikasi Publik LPP RRI Bandung yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Menggunakan teknik analisa data dengan tahapan reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, evaluasi, dan triangulasi..

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil penelitian bahwa **Identifikasi Sasaran Khalayak** dari kegiatan *off-air* Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha LPP RRI Bandung mempunyai sasaran khalayak yeng berbeda terlebih penentuan sasaran khalayak disesuaikan berdasarkan kegiatan dan segementasi. **Penetapan Tujuan** yang ingin dicapai, Setiap kegiatan *off-air* memiliki tujuan yang jelas untuk *brandin*g serta pecitraan, dan juga menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat dimana Radio Republik Indonesia harus menjadi Rumah Rakyat Indonesia. **Pesan** yang disampaikan berupa informatif dan persuasif informatif berupa pemberian informasi mengenai LPP RRI Bandung dari segi produk serta jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. **Media** yang digunakan dalam kegiatan *off-air* menggunakan banyak media seperti baliho, spanduk, *comfany profile*, map folder dan speaker yang disesuaikan dengan divisi-divisi yang terdapat di Bidang layanan dan pengembangan usaha. **Evaluasi Kegiatan** dalam proses pelaksnaan dan evaluasi hasil yang dilkasnakan dengan rapat dengan pijak-pihak trekiat serta pimpinan LPP RRI Bandung.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga LPP RRI Bandung ialah strategi komunikasi yang dilakukan melalui kegiatan *off-air* telah tepat, untuk menghasilkan citra yang di inginkan oleh LPP RRI Bandung yaitu RRI ingin menjadi media radio yang mampu menyentuh semua kalangan sehingga RRI ingin memiliki citra sebagai lembaga yang dibutuhkan oleh publik.

Saran dari penelitian ini adalah pihak Bidang Layanan dan Pengembangan Usaha Lembaga LPP RRI Bandung buatlah kegiatan *off-air* yang lebih bervariasi sehingga masyarakat akan tertarik dan menyentuh segala kalangan masyarakat. Kegiatan *off-air* seperti pekan kreatif untuk para remaja di Bandung sehingga dapat memberi kontribusi dan kegiatan positif dan dapat membangun generasi penerus bangsa.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, kegiatan *off-air*, Citra, LPP RRI Bandung

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF FIELD SERVICE AND BUSINESS DEVELOPMENT INSTITUTE OF PUBLIC BROADCASTING RADIO OF THE REPUBLIC OF INDONESIA BANDUNG

By
Irman Sukirman
NIM. 41811030

This research under the guidance,
Melly Maulin P, S.Sos., M.Si.

This research was conducted in order to describe about communication strategy of field service and business development institute of public broadcasting radio of the republic of indonesia through off-air activities in keeping his image. To answer these research, the focus is concerning to the Identification of target audiences, the goal, message delivered, media used and evaluation activities

This research is a qualitative research using descriptive method. Data collection techniques used were interviews, observation, library research, and internet searching. Subjects were Section of Field Service and Business Development and Division of Public Communication LPP RRI Bandung.

The result of this research is that the ***Identification of target audiences*** *from off-air activities Field Service And Business Development LPP RRI Bandung have different target audiences especially targeting audiences adjusted based activities and segmentation.* ***The Goal*** *to be achieved Each off-air activity has clear objectives for branding and image, and also foster awareness to the public in which Radio Of The Republic Of Indonesia should be the House of the People of Indonesia.* ***Message delivered*** *is informative and persuasive for the provision of information regarding by LPP RRI Bandung in terms of products and services offered to the public.* ***Media Used*** *in the off-air activities using many media such as billboards, banners, comfany profile and folder adapted to the case that there are divisions in the field of services and business development.* ***Evaluation Off-Air Activities*** *in the process of implementation and evaluation of the results of the meeting held with the departure-related parties as well as the leadership of LPP RRI Bandung*

Researchers conclude Communication Strategy Of Field Service And Business Development LPP RRI Bandung is a communication strategy that is conducted through off-air has the right, to produce the desired image by LPP RRI Bandung namely RRI who want to be able to touch all circles so RRI want to have the image as an institution that is needed by the public.

Suggestions from this study is the Field Service And Business Development LPP RRI Bandung create off-air activities make more varied so that people will be interested and touched every community. Off-air activities such as creative week for teenagers in Bandung so that it can contribute and positive activities and can build the next generation.

Keywords: Communication Strategies, off-air activities, Image, LPP RRI Bandung