

ABSTRAKS

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Kosentrasi Advertesing

Armedia Lintang Adityanto

Strategi Promosi Radio Publik RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengiklan

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Radio Publik RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengiklan)

Tahun Skripsi = 2011 + 105 Halaman + 19 Halaman Lampiran

Daftar Pustaka = 14 buku + 1 Sumber Internet

Persaingan radio saat ini sangatlah ketat seiring dengan semakin banyaknya radio-radio yang berdiri. Hal ini membuat RRI Yogyakarta menerapkan strategi promosi yang efektif dan efisien agar dapat menjangkau pasar sasaran. Strategi promosi yang diterapkan merupakan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan terhadap produknya sehingga produk yang ditawarkan bisa di terima oleh pengiklan. Kepuasan pengiklan merupakan salah satu keberhasilan dalam suatu usaha, dan pengiklan yang loyal adalah kunci sukses pada perusahaan.

Penelitian ini adalah tentang Strategi Promosi Radio Publik RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengiklan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Radio Publik RRI Yogyakarta Dalam Mempertahankan Loyalitas Pengiklan). Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi promosi dalam mempertahankan loyalitas pengiklan yang bisa dijalankan oleh RRI Yogyakarta, untuk mendapatkan gambaran tentang cara memperoleh pengiklan berdasarkan aturan-aturan yang sudah ditentukan oleh RRI Yogyakarta, untuk mengetahui kendala dan hambatan dalam melakukan startegi promosi dalam mempertahankan loyalitas pengiklan di RRI Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif. Data yang diperoleh dengan observasi dan wawancara. Data tersebut kemudian dianalisis kualitatif dan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa startegi promosi yang dijalankan oleh RRI Yogyakarta sudah berjalan sesuai dengan rencana yaitu memiliki 3 frekuensi, jangkauan pemancar yang luas dan program acara yang bermacam-macam. Strategi promosi yang dijalankan masih pada pengiklan yang loyal dan belum untuk calon pengiklan. Biaya beriklan yang mahal dan birokrasi yang kurang baik, membuat hambatan dalam mempertahankan pengiklan. Di samping itu harus berpegang pada aturan-aturan yang berlaku. Hal ini agar RRI Yogyakarta tidak kehilangan *image* sebagai satu-satunya radio milik pemerintah. Meskipun demikian strategi promosi yang dilakukan RRI Yogyakarta berhasil mempertahankan loyalitas pengiklan.