

## **ANALISIS STRATEGI *POSITIONING* RRI PRO I DI KOTA BENGKULU**

**Aldiansyah , Fitria Yuliani**  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu

### **ABSTRAK**

RRI Pro I sudah memiliki pengalaman, tetapi Radio RRI Pro I harus menghadapi persaingan dengan radio Famboyan FM, Santana FM, dan Lesitta FM. strategi *positioning* merupakan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan pada produk atau jasa untuk membangun persepsi konsumen atau masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan Strategi Positioning RRI Pro I dalam menggandeng penonton di Kota Bengkulu. Untuk mengkaji Strategi Positioning RRI Pro I dalam menggandeng Listeners di Kota Bengkulu, peneliti menggunakan tipe eksplorasi subjektif, sehingga dapat menggali lebih jauh keadaan atau keanehan yang terjadi di dalam dan di luar. Saksi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang terlibat dalam RRI Pro I. Prosedur penetapan saksi dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive testing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem Positioning RRI Pro I di dalamnya sangat bagus untuk menahan penonton di Kota Bengkulu. Hal ini dikarenakan RRI Pro I dalam membuat program dan siaran telah memperhatikan kondisi pasar, analisis internal dan analisis pesaing. Secara rinci, pada kondisi pasar menunjukkan bahwa RRI Pro I menelaah pada kondisi pasar atau kondisi pendengar, dan melihat *trend* permintaan pasar, serta mempelajari segmen pendengar, pada analisis internal bahwa sumber daya yang dimiliki RRI Pro I sudah cukup baik karena sudah memiliki pegawai yang ditempatkan pada setiap bagian, termasuk juga teknisi sudah disiapkan untuk mengatasi jika terjadi kerusakan, dan pada analisis pesaing bahwa RRI Pro I menganggap Radio Radio swasta yang lain bukan pesaing, melainkan sebagai mitra dan kadangkala RRI Pro I memberikan pembinaan pada radio radio swasta dalam menjalankan program programnya.

**Kata Kunci: Strategi *Positioning*, RRI, Pendengar RRI Pro I, di Kota Bengkulu**

## A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan jagat inovasi data yang dari jagat perkembangan informasi membuat tahap tanpa ampun dalam bisnis media begitu dekat. Untuk bergabung dengan perlawanan, staf pers dan organisasi mereka seharusnya mengubah lebih baik. Jelas, ini seharusnya bisa dibayangkan dengan merumuskan metodologi kreatif yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong elemen bisnis korporasi media menjadi semakin serius di era digital saat ini (Ulfa, 2016). Dengan cara ini, sebuah metodologi diharapkan dapat menghadapi oposisi yang terjadi. Seperti yang ditunjukkan oleh Anggraini (2019) Sistem adalah rencana yang tegas, luas dan mudah yang menghubungkan keuntungan dari metode asosiasi dengan masalah alami, yang diharapkan dapat menjamin bahwa tujuan utama asosiasi dapat dicapai melalui pelaksanaan nyata oleh afiliasi.

Kemajuan perkembangan baru yang sekarang lebih sederhana dan mudah untuk disampaikan menyebabkan orang-orang tertentu merasa bahwa radio adalah korespondensi umum yang menjijikkan dan usang. Hal ini diperkuat dengan ditemukannya sebuah konsentrat.

biasanya lebih fokus pada radio melalui radio, namun pembeli di Pulau Jawa lebih fokus pada radio melalui telepon seluler. Penduduk di luar Jawa pada umumnya fokus pada radio pada sore hari, sedangkan di Jawa pada pagi hari (Inayah dan Susanti (2016).

Menampilkan prosedur adalah sesuatu yang penting untuk setiap asosiasi, sesuatu yang signifikan secara keseluruhan sulit untuk dipertimbangkan dan dijalankan. Diperlukan proses penyelidikan luar dan dalam untuk mengurangi kerentanan atau peluang yang mungkin terlihat dari setiap teknik yang akan dijalankan. Salah satu teknik yang terkait dengan latihan periklanan organisasi adalah situasi (Anggraini, 2019).

Penempatan bukanlah bagaimana memperlakukan barang tersebut, melainkan bagaimana memperlakukan otak (pikiran). Penempatan di radio sangat penting karena, seandainya radio perlu mencari anggota audiens dan sponsor. Siaran radio yang memiliki fragmen-fragmen yang jelas kemungkinan akan memenangkan oposisi dengan radio pesaing (Razali dan Lubis (2017).

Radio merupakan inovasi yang digunakan untuk mengirimkan metode pengumuman untuk regulasi dan radiasi elektromagnetik. Selanjutnya apa yang tersirat dari radio bukan hanya strukturnya yang sebenarnya, namun struktur dan latihan radio yang sebenarnya tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Salah satu radio yang ada di kota Bengkulu adalah RRI Pro I.

Dalam perubahan waktu yang sedang berlangsung, para ahli atau kepala stasiun radio harus mengorientasikan kembali kapasitas radio untuk wilayah lokal yang mendengarkan. Oleh karena itu, penting untuk membangun keterampilan radio (telecaster) yang luar biasa dimulai dengan kesadaran

mengerjakan sifat penciptaan dan penyiaran proyek dengan melihat kebutuhan dan keinginan anggota audiens radio (Hasan).

radio-radio di Bengkulu memiliki kesamaan dan berbagai susunan dan pembagian, dan jelas radio publik dan radio swasta memiliki karakteristik yang berbeda, berbagai prinsip namun memiliki tujuan yang sama, khususnya untuk memberikan data hiburan kepada pendengarnya. Di radio, sangat penting untuk fokus pada metode yang paling efektif untuk berbicara dengan orang-orang pada umumnya, sehingga beberapa siaran radio swasta pasti memiliki atribut mereka sendiri dalam berkomunikasi atau menyampaikan untuk menarik minat terbuka sebanyak yang diharapkan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah memberikan kesempatan yang sesuai dengan divisi yang ditunjuk sesuai visi dan misi radio yang sebenarnya dengan desain telekomunikasi yang menarik. Begitu banyak dicari oleh orang banyak untuk memperhatikan komunikasi dari siaran radio.

RRI Pro I memiliki pengulangan 92,5 yang memiliki banyak keterlibatan dalam menjalankan transmisinya, jika dibandingkan dengan radio Famboyan FM, Santana FM, dan Lesitta FM. Melihat permasalahan tersebut, para kreator tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang Strategi Positioning RRI Pro I dalam menggelar Listeners di Kota Bengkulu.

## B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik meneliti bagaimana Strategi *Positioning* RRI Pro I dalam

mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu?.

## C. Tujuan Penelitian

Mengingat definisi masalah, alasan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu.

## D. Strategi *Positioning*

Prosedur promosi adalah jenis pengaturan yang dipisahkan dalam bidang periklanan. Untuk memperoleh hasil yang ideal, sistem pameran ini memiliki perluasan yang luas di bidang mempromosikan prosedur mengingat untuk menghadapi kontes, metodologi penilaian, teknik item, teknik administrasi, dll (Kotler dan Keller, 2012). Situation adalah suatu pendekatan untuk membangun gambaran atau kepribadian di hati pembeli atau klien terhadap suatu merek atau yayasan dengan membangun suatu item atau tampilan administrasi dari item yang berbeda (Soegoto, 2012).

Strategi *Positioning* Lovelock dan Wirtz mengembangkan model strategi penempatan pasar yang terdiri atas tiga komponen utama, yaitu: (Alfansi, 2016).

1. Analisis Pasar. Dalam penelaahan pasar, penyedia jasa perlu melihat *tren* permintaan pasar secara komprehensif dengan mempelajari semua segmen pasar yang ada.
2. Analisis Interior. Dalam pemeriksaan interior, tujuannya adalah untuk menilai aset yang diklaim oleh organisasi sejauh kualitas dan kekurangannya dan pasar objektif yang perlu mereka targetkan.

- Analisis Pesaing. Organisasi juga perlu berkonsentrasi pada lawan dengan hati-hati dan memahami bagaimana organisasi tetap waspada (apakah organisasi tersebut adalah pemimpin pasar, penantang pasar, pendukung pasar, atau organisasi yang melayani pasar khusus).

### E. Pendekatan Penelitian

Untuk menganalisis Strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, sehingga dapat menggali lebih dalam kondisi atau fenomena yang terjadi secara mendalam.

Penelitian pemeriksaan subyektif adalah penelitian yang menguraikan dan mempelajari kekhasan menurut perspektif yang berbeda untuk menguraikan eksplorasi atau kekhasan (Creswell, 2015). Dalam ulasan ini, Strategi pemilahan data dilengkapi dengan triangulasi. Pemeriksaan data bersifat induktif dan emosional. Juga, hasil emosional menampilkan implikasi yang bertentangan dengan hipotesis.

### F. Fokus Penelitian

Aspek penelitian strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu.

#### Bagan 4.2

#### Poin Penelitian

Variabel	Aspek	Tolak Ukur
Strategi Posisi	Analisis Pasar	- Menelaah kondisi pasar atau kondisi pendengar

Strategi <i>Positioning</i> RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu		- Melihat trend permintaan pasar - Mempelajari segmen pendengar
	Analisis Internal	- Kekuatan sumber daya yang dimiliki RRI Pro I - Kelemahan sumber daya yang dimiliki RRI Pro I - Sasaran pasar yang ingin RRI Pro I bidik atau targetkan
	Analisis Pesaing	- Posisi RRI Pro I di pasar - RRI Pro I melayani ceruk pasar

### G. Informan Penelitian

Narasumber dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang terkait dengan RRI Pro I. Strategi penentuan narasumber dalam penelitian ini diambil dengan teknik pemeriksaan purposive. Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2016) penilaian purposive adalah prosedur melihat sumber data dengan refleksi eksplisit. Penjelasan penggunaan prosedur penilaian purposive ini karena tidak semua contoh memiliki pedoman yang berhubungan dengan hal-hal yang diteliti. Oleh karena itu, pembuat memilih teknik pengujian purposive yang memutuskan pertimbangan atau pedoman khusus yang harus dipenuhi oleh model yang digunakan dalam audit ini. Norma pengamat dalam penelitian ini adalah:

- Informan Kunci
  - Pengelola RRI Pro I

- b. Penyiari RRI Pro I
- 2. Informan Pokok/Utama
  - a. Masyarakat pendengar setia RRI Pro I

## H. Metode Pengumpulan Data

Creswell (2015) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dengan pendekatan studi naratif dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi.

### 1. Observasi

Pada penyelidikan tersebut ini penyelidik melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk melihat gambaran strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu.

### 2. Wawancara

Sesuai standar eksplorasi subyektif, untuk mendapatkan informasi yang menyeluruh dan dalam dan luar, ilmuwan akan mengarahkan pertemuan dengan responden dan mencatat data di lapangan dan dengan cepat mengatur dan menyelesaikan konsekuensi dari pertemuan yang dipimpin. Pertanyaan yang diajukan analisis sesuai dengan tujuan dalam lembar panduan pertemuan. Peneliti menanyakan langsung untuk memperoleh jawaban tentang apa yang didengar, dilihat dan dirasakan serta dialaminya. Teknik ini diperlukan untuk menggali dan memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang gambaran strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data tertulis yang sudah ada sebelumnya. Teknik pengambilan data secara tertulis pada lokasi penelitian dengan penelitian dan bertujuan untuk memperjelas dan mendukung proses penelitian tentang strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu.

## I. Teknik Analisis Data

Data pada awalnya dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Langkah selanjutnya setelah data-data didapatkan adalah melakukan reduksi data. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa "Pengurangan informasi adalah menyimpulkan, memilih hal-hal yang sentral, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting, mencari topik dan contoh. Dengan demikian informasi yang telah dikurangi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan analisis untuk mengarahkan berbagai informasi lebih lanjut.

Setelah data direduksi selanjutnya dilakukan kegiatan penyajian data. Penyajian data merupakan proses penyusunan kembali informasi kompleks ke dalam unit struktur (*gestalt*) yang secara khusus diperbaiki yang bersifat lugas sehingga dapat diperoleh derajat legitimasi. Didalam penyelidikan tersebut, penyajian data dapat berupa bagan, *flowchart*, hubungan antar kategori, tabel penjelas dan sebagainya.

Terakhir, setelah penyajian data maka dilaksanakan penarikan

kesimpulan/verifikasi. Penarikan kesimpulan ini merupakan suatu kegiatan konfigurasi utuh selama penelitian berlangsung. Verifikasi oleh peneliti dimaksudkan untuk menganalisis dan mencari makna dari informasi yang dikumpulkan sesuai dengan pertanyaan penelitian.

Sejalan dengan metode pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, maka analisis data yang dilakukan berlangsung dalam suatu siklus model interaktif yang artinya bahwa proses analisis data mulai dilakukan sejak tahap awal penelitian dan terus berlanjut sepanjang proses penelitian. Analisis data juga dilakukan secara berurutan berdasarkan hasil temuan pada proses pengumpulan data. Penyelidikan informasi selesai untuk melacak desain. Untuk memiliki pilihan untuk mengamati contoh, ilmuwan mengarahkan penyelidikan melalui catatan lapangan, hasil wawancara dan bahan yang dikumpulkan untuk membangun pemahaman tentang banyak hal yang dikumpulkan dan memungkinkan ditemukan untuk memperkenalkan apa.

#### **J. Hasil Penyelidikan dan Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu cukup baik. Hal ini dikarenakan RRI Pro I dalam membuat program dan siaran telah memperhatikan kondisi pasar, analisis internal dan analisis pesaing. Hal ini sesuai dengan teknik situasi Lovelock dan Wirtz dalam mengembangkan model metodologi pengaturan pasar 1) Analisis Pasar. Dalam investigasi pasar, koperasi spesialis perlu melihat

permintaan pasar bergeser secara ekstensif dengan berkonsentrasi pada semua bagian pasar saat ini, dan 2) Analisis Internal. Dalam investigasi interior, intinya adalah untuk menilai aset yang dimiliki oleh organisasi terkait dengan kualitas dan kekurangan serta pasar objektif yang perlu mereka targetkan dan 3) Analisis Pesaing. Organisasi juga perlu berkonsentrasi pada oposisi dengan hati-hati dan memahami bagaimana organisasi tetap waspada (apakah organisasi tersebut adalah pemimpin pasar, penantang pasar, penggemar pasar, atau organisasi yang melayani pasar khusus).

Pada kondisi pasar menunjukkan bahwa RRI Pro I menelaah pada kondisi pasar atau kondisi pendengar, dan melihat *trend* permintaan pasar, serta mempelajari segmen pendengar dan telah membagi segmen segmen siaran untuk semua kalangan usia, anak muda dan budaya dalam mempertahankan pendengar dengan banyak membuat program seperti Bengkulu Menyapa dan Dialog Pagi. Namun kendalanya nara sumber yang kadang tidak sesuai, dimana yang datang sering kali utusnya, sehingga belum sesuai dengan harapan masyarakat pendengar setia radio RRI Pro I.

Pada analisis internal bahwa sumber daya yang dimiliki RRI Pro I sudah cukup baik karena sudah memiliki pegawai yang ditempatkan pada setiap bagian, termasuk juga teknisi sudah disiapkan untuk mengatasi jika terjadi kerusakan kerusakan, sehingga jika ada kerusakan kita bisa cepat melakukan perbaikan. Selain itu, RRI Pro I telah memiliki

siaran digital melalui media sosial, sehingga saat mati lampu maka siaran tersebut masih dapat di tonton. Tetapi pada siaran analog, jika mati lampu, maka pemancar juga mati, sehingga tidak bisa melakukan siaran analog.

Pada analisis pesaing bahwa RRI Pro I menganggap Radio Radio swasta yang lain bukan pesaing, melainkan sebagai mitra dan kadangkala RRI Pro I memberikan pembinaan pada radio radio swasta dalam menjalankan program programnya, sehingga sama sama dapat maju dan berkembang, khususnya di Kota Bengkulu.

Oleh karena itu, RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu hendaknya dapat terus meningkatkan Sumber Daya Manusia dengan memberikan pelatihan seluruh personil secara rutin atau dalam setiap tahun, perkembangan yang terjadi. Kepada RRI Pro I hendaknya dalam setiap dialog dapat lebih mamastikan waktu nara sumber, sehingga nara sumber tidak berhalangan hadir atau mengirim utusan, sehingga sumber informasi benar benar akurat sesuai dengan harapan masyarakat.

Selain itu, dengan mengamati apa yang dilakukan oleh para pesaing dan keragaman preferensi konsumen, perusahaan dapat memperbaiki *core service* atau menawarkan jasa baru kepada segmen pasar yang mereka pilih. Setelah melakukan ketiga kajian tersebut, perusahaan jasa harus menyatakan dengan tegas bagaimana mereka menginginkan *service positioning* (penempatan jasa) di pasar. Penyusunan rencana pemasaran yang menerjemahkan strategi penempatan pasar tersebut perlu dirancang secara perinci.

Radio adalah salah satu gadget luar biasa yang benar-benar ada saat ini. Di tengah serangan zaman mutakhir, radio tetap hidup di era milenial. Pemanfaatan radio yang digunakan untuk menyelamatkan aktivitas publik negara Indonesia mulai berkurang karena kemajuan pesat pembangunan dan arus globalisasi yang cepat di Indonesia. Dengan demikian, media radio merupakan salah satu media yang berperan penting dalam membantu membangun, menghadirkan, dan menyebarkan keberadaan karya dan budaya ekologis yang terbentuk dalam iklim umum..

Situation adalah suatu pendekatan untuk membangun gambaran atau kepribadian di hati pembeli atau klien terhadap suatu merek atau organisasi dengan membangun kesan item atau administrasi dari item yang berbeda. Ada beberapa struktur atau cara yang mungkin dilakukan oleh organisasi dalam menyelesaikan teknik penempatan dalam memamerkan barang kepada pembeli yang ditunjuk, untuk lebih spesifik: Penempatan sesuai atribut, penempatan sesuai manfaat, penempatan sesuai indikasi aplikasi dan penggunaan, penempatan sesuai klien, menempatkan sesuai pesaing, menempatkan berdasarkan kelas item, dan penempatan berdasarkan biaya.

Penempatan radio adalah teknik untuk merencanakan pertukaran semua bagian radio yang mendasari kepribadian radio, divisi, target, pengaturan dan item radio (proyek) dan investigasi pesaing. Slogan Mandiri FM adalah berita dan bisnis dengan divisi interest group usia 25-35 tahun

dan sponsor. Memahami kebutuhan fragmen ini untuk menjadi ruang publik, Mandiri FM juga menghadirkan komunikasi (program) yang telah digarap oleh berita dan desain bisnis.

Suara Surabaya Media sebagai perusahaan komunikasi yang luas yang bergabung dengan kekuatan stasiun radio senang dengan panggung berbasis media lain dapat melengkapi kapasitasnya sebagai pemasok arena terbuka yang pemecah masalah perpindahan informasi penyebaran kemajuan kepada masyarakat, dapat menyesuaikan sikap dan kemajuan negara.

Temuan penelitian adalah bahwa ketiga siaran radio menggunakan metode yang sama untuk memperluas kerumunan mereka, khususnya menandai, mempromosikan, menempatkan, meneliti, dan menggunakan inovasi momentum. Sejauh promotor, tiga radio menawarkan bundel publikasi melalui hiburan berbasis web dan di udara yang disebut bandling. Kombinasi telah mempengaruhi ketiga siaran radio ini dengan menumbuhkan jangkauan kerumunan mereka ke negara-negara yang jauh, khususnya Eropa, Amerika, Hong Kong, Thailand dan Rusia. Demikian pula dengan promosi dari merek publik. Selanjutnya hasil yang diperoleh dari ketiga radio tersebut adalah meningkatnya jumlah penonton dan sponsor dalam kurun waktu yang terus menerus dari kombinasi media yang mempengaruhi jenis pendapatan dari ketiga radio tersebut.

Kemajuan media yang semakin kompleks tentunya sangat bermanfaat

bagi daerah setempat dalam mendapatkan data. Kehadiran radio tradisional menjadi isu yang tak terhindarkan mengingat fakta bahwa domain lanjutan telah mengubah sebagian besar kehidupan individu. Individu saat ini lebih sibuk mencari data melalui TV dan media berbasis web sehingga tidak menganggap radio biasa sebagai sumber utama data.

Radio adalah salah satu gadget luar biasa yang benar-benar ada saat ini. Di tengah serangan zaman mutakhir, radio tetap hidup di era milenial. Pemanfaatan radio yang digunakan untuk menyelamatkan aktivitas publik negara Indonesia mulai berkurang karena kemajuan pesat pembangunan dan arus globalisasi yang cepat di Indonesia. Dengan demikian, media radio merupakan salah satu media yang berperan penting dalam membantu membangun, menghadirkan, dan menyebarkan keberadaan karya dan budaya ekologis yang terbentuk dalam iklim umum.

Teknik atau langkah-langkah yang akan dilanjutkan dalam menyelesaikan situasi adalah sebagai berikut: 1) Penentuan barang/pasar yang berlaku. Suatu hal sebagian besar dimaksudkan untuk memenuhi lebih dari satu kebutuhan atau kebutuhan, 2) Berbagai macam informasi kebutuhan klien. Untuk melakukan penentuan posisi yang tepat, promotor perlu membuat daftar setiap persyaratan dan keinginan yang mungkin dipenuhi oleh semua hal, 3) Identifikasi pesaing. Baik pesaing fundamental maupun pesaing diskresioner. Pesaing utama adalah pesaing yang bersaing untuk menangani masalah penting, sementara



pesaing bebas adalah pesaing yang berputar, terutama orang-orang yang tidak segera membunyikan lonceng ketika seseorang memeriksa kebutuhan atau persyaratan klien, 4) Tentukan standar penilaian. Tetapkan teknik dan aturan yang digunakan klien dalam menilai pilihan untuk menangani masalah mereka. Biasanya seorang individu akan memberikan penilaian atas berbagai jawaban keputusan untuk masalah yang dilihat orang tersebut sebagaimana adanya dan dengan mempertimbangkan standar tertentu. Untuk saat ini asosiasi perlu mengarahkan pemeriksaan promosi untuk memahami sistem dan standar yang dibutuhkan oleh pembeli dalam mensurvei pilihan pembelian., 5) Membuat panduan persepsi. Mengetahui bagaimana pembeli melihat situasi pesaing (dengan membuat panduan persepsi). Pengiklan harus mengenali posisi yang terlibat oleh pesaing menggunakan panduan persepsi berdasarkan atribut item, situasi klien, atau pertemuan klien. 6) Identifikasi lubang posisi. Kenali lubang atau lubang di posisi yang terlibat. Melalui pemeriksaan tempat item-item yang berbeda bersaing, sangat baik dapat diselesaikan wilayah atau sudut yang telah dikerjakan orang miskin atau yang telah dihancurkan oleh banyak pesaing, dan 7) Merencanakan dan melaksanakan metodologi situasi. Setelah tujuan masih di udara dan cita-cita belum sepenuhnya tercapai, pengiklan harus merencanakan program promosi yang dapat menjamin data barang diedarkan ke membuat penegasan ideal dalam kepribadian pembeli. . Inti dari teknik situasi ini adalah perang salib waktu

yang terbatas serta 8) Pemantauan posisi. Tempat sebenarnya dari suatu barang atau merek harus diperiksa secara konsisten untuk menyesuaikan diri dengan potensi perubahan iklim.

Penempatan bukanlah bagaimana memperlakukan barang tersebut, melainkan bagaimana memperlakukan otak (pikiran). Penempatan di radio sangat penting karena, dalam kasus seperti itu radio harus mengejar anggota audiens dan humas. Siaran radio yang memiliki porsi yang wajar dapat memenangkan persaingan dengan radio pesaing. Teknik promosi sebagian besar sulit untuk dibentuk dan dilaksanakan. Dibutuhkan pengembangan terobosan dalam dan luar untuk mengurangi kerentanan atau bahaya yang mungkin terlihat dari setiap metodologi yang akan dijalankan. Salah satu sistem yang terkait dengan organisasi itu adalah untuk menampilkan latihan.

## K. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Positioning* RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu cukup baik. Hal ini dikarenakan RRI Pro I dalam membuat program dan siaran telah memperhatikan kondisi pasar, analisis internal dan analisis pesaing. Secara rinci berdasarkan aspek aspek penelitian, sebagai berikut:

1. Pada kondisi pasar menunjukkan bahwa RRI Pro I menelaah pada kondisi pasar atau kondisi pendengar, dan melihat *trend* permintaan pasar, serta mempelajari segmen pendengar dan telah membagi segmen segmen siaran untuk semua kalangan usia, anak muda dan

- budaya dalam mempertahankan pendengar dengan banyak membuat program seperti Bengkulu Menyapa dan Dialog Pagi. Namun kendalanya nara sumber yang kadang tidak sesuai, dimana yang datang sering kali utusanya, sehingga belum sesuai dengan harapan masyarakat pendengar setia radio RRI Pro I.
2. Pada analisis internal bahwa sumber daya yang dimiliki RRI Pro I sudah cukup baik karena sudah memiliki pegawai yang ditempatkan pada setiap bagian, termasuk juga teknisi sudah disiapkan untuk mengatasi jika terjadi kerusakan kerusakan, sehingga jika ada kerusakan kita bisa cepat melakukan perbaikan. Selain itu, RRI Pro I telah memiliki siaran digital melalui media sosial, sehingga saat mati lampu maka siaran tersebut masih dapat di tonton. Tetapi pada siaran analog, jika mati lampu, maka pemancar juga mati, sehingga tidak bisa melakukan siaran analog.
  3. Pada analisis pesaing bahwa RRI Pro I mengangap Radio Radio swasta yang lain bukan pesaing, melainkan sebagai mitra dan kadangkala RRI Pro I memberikan pembinaan pada radio radio swasta dalam menjalankan program programnya, sehingga sama sama dapat maju dan berkembang, khususnya di Kota Bengkulu.

#### L. Saran

Ide-ide dalam eksplorasi ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada RRI Pro I dalam mempertahankan Pendengar di Kota Bengkulu hendaknya dapat terus meningkatkan Sumber Daya Manusia dengan memberikan pelatihan seluruh personil secara rutin atau dalam setiap tahun, agar SDM yang ada saat ini dapat mengikuti perbaikan-perbaikan yang terjadi.
2. Kepada RRI Pro I hendaknya dalam setiap dialog dapat lebih mamastikan waktu nara sumber, sehingga nara sumber tidak berhalangan hadir atau mengirim utusan, sehingga sumber informasi benar benar akurat seesuai dengan harapan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku Buku

- Alfansi, Lizar. 2016. *Pemasaran Jasa Finansial*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Creswell, J.W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Hasan Asy'ari Oramahi. 2012. *Jurnalistik Radio*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Masduki, 2011. *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta: Pustaka Populer LKis,.

Moleong Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Romli, Asep Syamsul M. 2010. *Kamus Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media,

Soegoto, E. Soeryanto. 2012. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

### **Jurnal Jurnal**

Nirwana, Puspa & Purnamasari, Oktaviana. 2020. Komunikasi Siaran Radio Untuk Mempertahankan Budaya Betawi di Era Digital