

Analisis brand rejuvenation TVRI terhadap pawareness masyarakat pada TVRI

M. Haris Subagio, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=127441&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam beberapa dekade ,hiburan di rumah yang berupa audio visual di Indonesia yang bisa dinikmati oleh pemirsa televisi hanya satu stasiun televisi yaitu TVRI. Lingkungan bisnis pertelevisian di Indonesia saat ini banyak mengalami perubahan sejak munculnya televisi swasta.

Stasiun televisi baik TVRI maupun televisi swasta melakukan berbagai macam strategi, baik dalam bidang program maupun informasi dikemas dengan baik agar pemirsa menyukai acara dari program tersebut. Perebutan untuk menjaring pemirsa televisi inilah yang menjadi pokok permasalahan utama bagi setiap stasiun televisi.

Pemirsa TVRI banyak yang beralih ke stasiun televisi swasta, karena TVRI tidak menjaga Brand TVRI dengan program unggulan maupun kemasan yang baik serta isi acara yang memikat. Hal ini menyebabkan awareness pemirsa televisi terhadap TVRI menjadi menurun. Akibatnya brand TVRI semakin ditinggalkan dan lama kelamaan mungkin menjadi tidak dikenal oleh pemirsa televisi . Hal inilah yang menyebabkan perlunya dilakukan Rejuvenation.

Rejuvenation dilakukan dengan tiga langkah yaitu mengidentifikasi faktor-faktor penyebab menurunnya brand TVRI , melindungi brand TVRI , melakukan strategi yang berbeda dengan manajemen yang dulu maupun kompetitor. Skema rejuvinasi dengan membuat satu program unggulan yang bisa menarik pemirsa televisi sebanyak mungkin dan dengan sendirinya mengangkat citra brand TVRI sebagai institusi.

.....In last decade, audience only enjoyed audiovisual and entertainment program from TVRI, as one government media in Indonesia. Media and broadcast industries in Indonesia have progressed and changed. Starting from born of private broadcast and television companies, choice of program in term of entertainment and news audience have more choice right now.

The competitive media situation made television companies such as TVRI or other companies try to design some kinds of strategy. This strategy not only in entertainment program but also in news program for aiming made audience interesting. The program was very important things for Company Television for getting more audiences and made them satisfied. The competitive among television media companies are the main problem for media player. The research tries to explore how media television companies could capture bigger audience in term loyalty of interesting program for long time period.

The uninteresting programs make TVRI program leave by audience and made brand awareness of TVRI decreased. Based on this fact, It was importing thing for TVRI made brand rejuvenation.

The rejuvenation needs three steps ; identification factor , brands protecting, different strategy . The three steps for result to programs the best for interesting to audience television for getting up and repair of weaknesses, especially the awareness through TVRI brand.