

Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20437399&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media massa dan Internet dipergunakan sebagai sarana penyebarluasan informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di kota Bandung.

Penelitian ini

menggunakan pendekatan dan metode penelitian kuantitatif, yaitu survei dengan teknik analisis deskriptif.

Data

yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, wawancara, studi pustaka dan pencarian data di Internet.

Sampel

diperoleh dengan teknik proporsional random sampling dimana diperoleh ukuran sampel 96. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hanya sebagian kecil pengelola industri kecil dan menengah menggunakan media massa

dan Internet. Intensitas penggunaan media massa dan Internet sangat tergantung pada media yang digunakan. Media

yang paling sering digunakan oleh pengelola industri kecil dan menengah adalah email. Informasi yang paling

dominan disampaikan di media massa dan Internet adalah informasi mengenai produk. Tidak ada cara khusus

yang dilakukan oleh pengelola industri kecil dan menengah untuk menentukan media mana yang digunakan untuk

menyebarkan informasi dan promosi, mereka lebih banyak bergantung pada promosi dari mulut ke mulut dari

konsumen yang pernah menggunakan produknya. Berkaitan dengan biaya, Internet menjadi media alternatif untuk

sarana promosi karena biayanya relatif murah dibandingkan dengan media lainnya. Kesimpulannya, pemahaman

pengelola usaha kecil dan menengah terhadap fungsi media massa dan Internet untuk menyebarkan informasi dan

promosi masih kurang, padahal banyak media, terutama Internet, tidak memerlukan biaya besar dalam penggunaannya.