

Peranan public relations dalam menjaring pemasang iklan pada radio republik Indonesia cabang Madya-Denpasar

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20437486&lokasi=lokal>

Abstrak

RRI sebagai salah satu unit pelayanan teknis pemerintah di bidang jasa penyiaran, sejalan dengan tingkat perkembangan dan kemajuan pelayanan, perlu memiliki landasan kerja guna meningkatkan dan menjamin mutu pelayanan jasa penyiarannya.

Public Relations yang merangkap bagian divisi Pemasaran dan Pembangunan Usaha secara struktural berada di bawah pimpinan perusahaan. Pada bagian divisi Pemasaran dan Pembangunan Usaha hanya terdiri dari sepuluh orang dan semuanya berperan penting menjadi seorang PR yang mampu mempromosikan RRI. PR diberi wewenang untuk menjalankan tugas sebaik-baiknya khususnya dalam menjalin hubungan dengan pemasang iklan agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk memasang iklan khususnya bagi masyarakat pendengar. Team kerja PR dituntut untuk berkeaktifitas dalam mempromosikan dan memasang produk perusahaan sesuai dengan tugasnya masing-masing. Dengan cara demikian PR dapat terlaksana dengan baik dan lancar sehingga dapat tercapainya tujuan perusahaan.

Kegiatan PR juga berupaya untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara badan usaha atau organisasi dengan publiknya. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pemasang iklan untuk memasang iklannya, usaha untuk menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sikap yang simpatik, ramah dan sopan yang menunjukkan perhatian terhadap publik akan menciptakan suatu kerja sama yang baik antara Public Relations dengan para pemasang iklan sehingga dapat menghasilkan kerja sama yang profesional.