

ABSTRAK

Muhamad Tazali Husna, *Kegiatan Marketing Public Relations Radio Reks FM dalam Meningkatkan Popularitas*

Yang melatar belakangi penelitian ini adalah radio sebagai media yang lama dan sudah ketinggalan zaman tapi radio masih eksis dan populer hingga saat ini. Hal ini menjadi suatu daya tarik untuk diteliti apa yang menyebabkan hal tersebut dan kegiatan marketing public relation apa yang mereka lakukan untuk menaikkan popularitas akhirnya peneliti membuat sebuah penelitian dari latar tersebut yaitu kegiatan **Kegiatan Marketing Public Relations Dalam meningkatkan popularitas Radio Reks**. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kegiatan, hambatan, usaha, dan strategi *marketing public relations* dalam meningkatkan popularitas Radio Reks.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yakni bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan suatu fenomena mengenai individu dan kelompok tentang keadaan yang sesuai dengan fakta dilapangan dan juga menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan observasi yang dilakukan di Radio Reks dengan narasumber Bapak Ardy Wiguna observasi yang dilakukan yaitu mengamati kegiatan *marketing public relations* Radio Reks.

Hasil dari penelitian ini adalah dalam meningkatkan popularitas Radio Reks melakukan kegiatan *marketing public relations* dengan cara mempromosikan program siaran radio di media sosial untuk mengenalkan program Radio Reks itu sendiri namun hal ini dinilai kurang efektif karena target pasar Radio Reks yaitu Masyarakat Garut kurang melek media sosial maka dari itu Radio Reks melakukan cara yang kedua yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung ke lapangan sekalian menjalankan kegiatan kehumasan. Radio Reks juga mempromosikan ke perusahaan melalui website media sosial, agensi dan vendor supaya mereka mengiklankan produknya di Radio Reks.

Kata Kunci : Kegiatan, Marketing Public Relations, Popularitas

ABSTRACT

Muhamad Tazali Husna, Reks FM Radio Public Relations Marketing Activities in Increasing Popularity

The background of this research is radio as an old and outdated medium but radio still exists and is popular until now. the researcher made a survey from this background, namely Marketing Public Relations activities in increasing the popularity of Reks radio. The purpose of this research is to find out the activities, obstacles, efforts, and marketing public relations strategies in increasing the popularity of Radio Reks.

The research method used is descriptive qualitative analysis which aims to explain and describe a phenomenon regarding individuals and groups about conditions that are in accordance with the facts in the field and also uses the constructivism paradigm, the constructivism paradigm is a paradigm in which the truth of a social reality is seen as a result of social construction, and truth a social reality is relative. Data collection techniques were carried out through interviews and observations carried out at Reks Radio with Mr. Ardy Wiguna as the source. Observations were made to observe Reks Radio's marketing public relations activities.

The results of this study were to increase the popularity of Radio Reks doing activities (MPR) by promoting radio broadcast programs on social media to introduce the Radio Reks program itself, but this was considered ineffective because the target market for Radio Reks, namely the Garut community, was less literate in social media. From that, Radio Rreks did the second method, namely by conducting direct socialization of the field while carrying out public relations activities. In addition to promoting to the public, Radio Reks also promoted companies through social media websites, agencies and vendors so that they advertise their products on Radio Reks.

Keywords: Activities, Marketing Public Relations, Popularity