

## **Strategi Bauran Promosi Pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Dalam Mendapatkan Jejaring Mitra**

### **Author**

**Muhammad Ybnu Taufan <sup>1</sup>**

### **Email**

[ibnutaufan25@gmail.com](mailto:ibnutaufan25@gmail.com) <sup>1</sup>

### **Afiliasi**

**Universitas Tomakaka**

**Abstract:** Tujuan penelitian ini mengetahui kontribusi bauran promosi serta penerapan strategi bauran promosi. Penelitian ini dilaksanakan di Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dalam mendapatkan jejaring mitra di Kabupaten Mamuju. Analisis data dalam penelitian ini kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu pada saat wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilaksanakan oleh pihak Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat guna mempertahankan eksistensinya sebagai LPP, antara lain ; informasi program siaran baik pada aspek teknis maupun konten khususnya menyajikan program hiburan untuk menarget audiens kalangan remaja maupun dewasa, independensi Stasiun Sulawesi Barat sebagai upaya untuk menjaga norma dan prinsip dalam rangka memberikan keseimbangan informasi, pendidikan, kebudayaan, dan hiburan yang sehat pada masyarakat, pelibatan partisipasi publik dengan membentuk komunitas dan pemberian ruang audiens berinteraksi dalam suatu program. Secara internal Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat memiliki regulasi terkait dengan penerapan sistem promosi yang dilakukan, salah satunya aspek sumber daya manusia yang profesional melalui proses rekrutmen dan pemberdayaan sumber daya manusia, mengoptimalkan pendayagunaan infrastruktur teknologi penyiaran dan secara eksternal yang menjadi peluang Lembaga Penyiaran Publik TVRI Stasiun Sulawesi Barat adalah regulasi pemerintah yang mendukung terlaksananya penyiaran public.

**Keyword:** Bauran Promosi; Strategi.

### **Pendahuluan**

Siaran TVRI di Sulawesi Barat sudah ada sejak didirikannya Satuan Transmisi Gunung Pati'di di Kabupaten Mamuju tahun 1986, Pemancar Salabose di Kabupaten Majene tahun 1991, Pemancar Bukit Malotong di Mamassa 1992 dan Pemancar Pasang Kayu di Mamuju Utara 1996, ketika itu masih bergabung dengan Sulawesi Selatan. Seiring perkembangan otomomi daerah, maka pada tahun 2004 Provinsi Sulawesi Selatan bagian barat dimekarkan menjadi Provinsi Sulawesi Barat. Setelah terpilih menjadi Gubernur pertama, akhir tahun 2006 Anwar Adnan Saleh berkunjung ke TVRI Stasiun Sulawesi Selatan bertemu dengan Kepala Stasiun TVRI Sulawesi Selatan Gatot Budi Utomo. Dalam pertemuan tersebut Anwar Adnan Saleh mengutarakan keinginannya untuk mendirikan Stasiun TVRI di Sulawesi Barat. TVRI

Stasiun Sulawesi Barat berperan mengemban sebagian dari peran TVRI Nasional. Oleh karena itu dalam menetapkan visi dan misi TVRI Sulawesi Barat, tidak terlepas dari visi dan misi TVRI Nasional. Visi TVRI Sulawesi Barat “Menjadi TVRI Stasiun Penyiaran Daerah Masuk 10 besar berkontribusi Siaran Nasional tahun 2020”. Meningkatkan Kerjasama dengan mitra kerja dan mitra usaha dalam peningkatan kualitas program acara dan peningkatan pendapatan non APBN.

Persaingan ketat dalam industri penyiaran membuat Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat harus memacu kreatifitas dan kualitas siaran agar mendapatkan kembali penontonnya seperti pada masa-masa kurangnya industri pertelevisian. Karena sejak kehadiran televisi-televisi swasta tidak dapat dipungkiri bahwa khalayak telah tersegmentasi. Khalayak kini secara tidak sadar terpengaruh dengan acara-acara televisi swasta yang terlalu berisikan tayangan hiburan. Jadi tak heran bahwa kecenderungan yang terlihat acara-acara seperti infotainment, sinetron dan reality show memang lebih diminati dibandingkan acara-acara mendidik dan penuh informasi. Pemasaran selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman (Assauri, 2011). Perkembangan zaman telah menuntun bergulirnya globalisasi dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran. Promosi tidak hanya bertujuan untuk menjual barang dan jasa saja, tetapi juga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (mitra kerja). Naik turunnya jumlah jejaring mitra kerja akan berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan (Kotler, 2012).

Hal ini jelas berpengaruh terhadap lingkungan pemasaran, seiring dengan perkembangan lingkungan pemasaran tersebut, Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dituntut untuk selalu dinamis, proaktif dan reaktif dalam mengikuti setiap perkembangan yang terjadi (Kotler, 1972). Adanya perkembangan lingkungan demografis atau kependudukan dan lingkungan sosial ikut berperan dalam memunculkan perubahan-perubahan dalam menjangkau mitra kerja dengan tujuan dapat menggunakan jasa penyiaran Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat juga didirikan bertujuan untuk meningkatkan kinerjanya dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas terutama masyarakat di Provinsi Sulawesi Barat.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat di Kabupaten Mamuju, pemilihan objek penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Jenis dan Sumber Data yaitu Kualitatif strategi pemasaran dengan konsep bauran promosi yaitu periklanan (advertising), penjualan personal (personal selling) dan promosi penjualan (sales promotion) berpengaruh terhadap jumlah jejaring mitra kerja pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat Stasiun Sulawesi Barat di Kabupaten Mamuju, dan Kuantitatif selanjutnya akan dituangkan dalam bentuk tabel distribusi yang berkaitan dengan permasalahan mengenai strategi pemasaran dengan konsep bauran promosi yaitu periklanan (advertising), penjualan personal (personal selling) dan promosi penjualan (sales promotion) terhadap jumlah jejaring mitra kerja pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat di Kabupaten Mamuju.

Teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2013) adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, di mana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat

mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya. Dalam hal pengumpulan data ini, penulis terjun langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang valid, maka peneliti menggunakan metode.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil Penelitian**

Bagian dari Deskripsi identitas karyawan pada TVRI Stasiun Sulawesi Barat yang dapat diuraikan menurut usia karyawan, jenis kelamin karyawan dan jenjang pendidikan seperti pada tabel 1 :

**Tabel 1. Identitas Karyawan Menurut Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	20 - 35 tahun	21	23,08
2	36 - 55 tahun	39	42,85
3	56 - 65 tahun	31	34,07
	Jumlah	67	100,00

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa distribusi responden menurut usia 20 – 35 tahun sebanyak 21 orang responden dengan persentase (23,08%), usia 36 - 55 tahun sebanyak 39 orang responden dengan persentase (42,85%) dan usia 56 - 65 tahun sebanyak 31 orang responden dengan persentase (34,07%).

**Tabel 2. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	58	98,90
2	Perempuan	9	1,10
	Jumlah	67	100,00

**Tabel 3. Identitas Responden Menurut Jenjang Pendidikan**

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sarjana	48	52,75
2	SMA Sederajat	36	39,56
3	SLTP Sederajat	7	7,69
	Jumlah	67	100,00

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa distribusi responden menurut jenis kelamin, dimana responden yang berjenis kelamin laki - laki sebanyak 90 orang responden

dengan persentase (98,90%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 1 orang responden dengan persentase (1,10%).

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa distribusi responden menurut jenjang pendidikan, dimana Sarjana sebanyak 48 orang responden dengan persentase (52,75%), Sekolah Menengah Atas (SMA) sederajat sebanyak 36 orang responden dengan persentase (39,56%) dan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) sederajat sebanyak 7 orang responden dengan persentase (7,69%).

### **Pembahasan**

Mendapatkan jejaring mitra di Sulawesi Barat menerapkan bauran promosi dalam meyakinkan masyarakat untuk menjadi mitra kerja, Strategi bauran promosi diterapkan dengan melakukan promosi program siaran dalam menentukan jejaring mitra dimana media promosi tersebut dapat dikenali atau diminati oleh masyarakat sehingga tertarik menjadi jejaring mitra di Kabupaten Mamuju. Secara konseptual yang dimaksud program siaran menurut definisi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran-P3SPS, adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang disiarkan oleh lembaga penyiaran. Kategori program siaran yang dirumuskan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, terdiri atas program faktual dan program non faktual. Program faktual merupakan program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi, seperti: program berita, features, dokumentasi, infotainment, program realita (reality show), konsultasi on-air, diskusi, bincang-bincang (talkshow), jajak pendapat, pidato, ceramah, editorial, kuis, perlombaan, pertandingan olahraga, dan program sejenis yang bersifat nyata dan terjadi pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untuk mencapai tujuan yang diinginkannya individu dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untuk mencapai tujuan yang diinginkannya dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untuk mencapai tujuan yang diinginkannya. Dalam rangka mempertahankan eksistensinya sebagai Lembaga Penyiaran Publik, salah satu upaya yang dilaksanakan oleh Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat adalah mewujudkan independensi,

Perihal bagaimana upaya Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat mewujudkan Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen netral tidak komersial dan memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat, hampir semua informan berpendapat bahwa Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat tidak berpihak dan tidak komersial serta Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat telah berupaya optimal menjalankan tugas untuk menyajikan atau memenuhi kebutuhan informasi publik. Misalnya, informan berikut menjelaskan bahwa dalam aspek pemberitaan Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat telah menunjukkan sikap independen, netral dan tidak komersial.

***Bauran Promosi Yang Diterapkan Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat Dapat Berkontibusi Dalam Mendapatkan Jejaring Mitra Di Kabupaten Mamuju.***

Tujuan yang diinginkan dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untuk mencapai tujuan yang diinginkan bersama dengan seluruh TVRI dari daerah lainnya”. (hasil wawancara karyawan bagian promosi pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat tanggal 15 Juni 2020). Sementara itu, program siaran dipetakan menjadi empat kategori, yaitu hiburan sebesar 20%, olahraga 20%, budaya 20% dan program berita 40%. Dalam penjelasan PP No 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik, ditegaskan juga bahwa isi siaran TVRI wajib memuat paling sedikit 60% (enam puluh perseratus) mata acara yang berasal dari dalam negeri. Selain itu, isi siaran Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat,. Misalnya ketika jam berita itu ditempatkan pada jam kerja maka hanya sedikit yang akan menonton, karena itu penetapan jam tayang berita Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat berada pada pukul 7 – 8 yakni prime time masyarakat Sulawesi Barat untuk menonton. Menurut informan keunggulan-keunggulan siaran Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dapat menjadi bahan promosi dengan menggunakan media promosi periklanan dengan menyatakan bahwa saat ini program siaran Lembaga pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu didalamnya terdapat individu dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untk mencapai tujuan yang diinginkan. Penelitian ini sejalan dengan (Sangadji, 2021) , (Rahim, 2020), Salam & Chandra, (2019)

***Upaya Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat Dalam Melibatkan Partisipasi Publik.***

Upaya yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dalam mempertahankan eksistensinya sebagai LPP, (Rahim, 2020) pemasaran merupakan suatu proses social yang dalam mendapatkan keuntungan untk mencapai tujuan yang diinginkan individu dalam menjalankan proses penjualan dalam (Rahadian & Pratomo, 2013). Adapun keterlibatan publik yang diupayakan oleh TVRI Sulawesi Barat dengan cara membentuk komunitas TVRI, dimana kegiatan komunitas pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu dalam menjalankan proses penjualan dalam mendapatkan keuntungan untk mencapai tujuan yang diinginkan sejalan dengan penelitian (Kaluku et al., 2018), (Rivai, 2020).

***Penerapan Strategi Bauran Promosi Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat Dalam Mendapatkan Jejaring Mitra di Kabupaten Mamuju.***

(Periklanan) Menurut informan Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dapat memberikan promosi dengan menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya terdapat individu pemasaran merupakan suatu proses social yang didalamnya. (Sandy, 2014). (Penjualan Personal) Kegiatan penjualan personal yang sering dilakukan karyawan (Windusara & Kusuma, 2015). Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat antara lain pemberian jam dinding, dimana Jam dinding sebagai hadiah yang (Susanti & Gunawan, 2019) diberikan kepada mitra kerja yang fungsinya selain sebagai penunjuk waktu,

juga menjadi hiasan dinding yang sering dilihat dan didalam tersebut diberi logo LPP TVRI sebagai identitas, pemberian kalender, kalender merupakan media yang paling sering digunakan untuk keperluan promosi, selain biayanya yang relatif murah dan sangat efektif penyebarannya". (hasil wawancara dengan karyawan bagian promosi pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat tanggal 04 Juli 2020). (Promosi Penjualan) Peranan promosi penjualan dalam meningkatkan jumlah jejaring mitra Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat salah satu tujuan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk-produk siaran yang dihasilkan Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan promosi penjualan (Yunita & Handayani, 2018), Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat dituntut melakukannya dengan efektif dan tepat". (hasil wawancara dengan karyawan bagian promosi pada Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat tanggal 08 Juli 2020). (Hubungan Masyarakat) Public relation sebagai media publik melalui aplikasi ini terhubung dengan mitra terkait dengan kepuasan ketika komplain terhadap pelayanan (Syarif, 2019) Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat didengar dan dengan ketidakpuasan ketika petugas lapangan merespon keluhan mitra. Public relation merupakan promosi yang dapat memberikan intraksi langsung dengan mitra kerja secara internal untuk melayani publik dalam waktu yang efisien. Penelitian ini sejalan dengan (Khasanah & Pamujo, 2011) dan (Gojali, 2019).

### **Simpulan dan Saran**

Upaya promosi yang dilaksanakan oleh pihak Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat guna mempertahankan eksistensinya sebagai LPP, antara lain (a) informasi program siaran baik pada aspek teknis maupun konten khususnya menyajikan program hiburan untuk menarget audiens kalangan remaja maupun dewasa, (b) independensi Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat sebagai upaya untuk menjaga norma dan prinsip dalam rangka memberikan keseimbangan informasi, pendidikan, kebudayaan, dan hiburan yang sehat pada masyarakat, (c) pelibatan partisipasi publik dengan membentuk komunitas dan pemberian ruang untuk audiens untuk berinteraksi dalam suatu program. Secara internal Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat memiliki regulasi terkait dengan penerapan sistem promosi yang dilakukan, salah satunya aspek sumber daya manusia yang profesional melalui proses rekrutmen dan pemberdayaan sumber daya manusia, mengoptimalkan pendayagunaan infrastruktur teknologi penyiaran dan secara eksternal yang menjadi peluang Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat adalah regulasi pemerintah yang mendukung terlaksananya penyiaran publik.

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik LPP TVRI Stasiun Sulawesi Barat sebaiknya program promosi selalu dilakukan karena dari empat bauran promosi yang diterapkan memiliki potensi dalam mendapatkan jejaring mitra di Kabupaten Mamuju. Untuk peneliti yang akan datang sebaiknya menggunakan variabel lain untuk mengukur peningkatan jejaring mitra kerja, agar hasil penelitiannya dapat menjadi pembanding dari hasil penelitian ini.

## **Referensi**

- Assauri, S. (2011). Manajemen pemasaran.
- Gojali, T. (2019). Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang. *Media Mahardhika*, 17(2), 372–382.
- Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Khasanah, I., & Pamujo, N. Y. (2011). Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise. *Jurnal Ilmiah Aset*, 13(2), 155–163.
- Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*, 36(2), 46–54.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. *Binus Business Review*, 4(2), 776–790.
- Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 272–279.
- Rivai, M. (2020). Strategi Bauran Promosi terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada PT Bank X Cabang Medan Imam Bonjol.
- Salam, K. N., & Chandra, R. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Ciputra Fajar Mitra Di Makassar. *Jema Adpertisi Journal*, 1(1).
- Sandy, F. (2014). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian (survei pada mahasiswa jurusan bisnis angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu administrasi pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Sangadji, S. S. (2021). Book Chapter Manajemen Pemasaran.
- Sugiyono, M. (2013). *Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Syarif, S. (2019). Strategi Bauran Promosi Terhadap Penjualan Produk Suretyship Perum Jamkrindo Cabang Palu. *CESJ: Center Of Economic Students Journal*, 2(2), 133–139.
- Windusara, D. B. N., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *E-Jurnal Manajemen*, 4(12).

Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14–24.