

## ABSTRAKSI

**Judul : Persepsi Masyarakat tentang Radio 105.2 SSFM Pasca Rebranding Sebagai Channel Keluarga Muda**  
**Nama : Lavry Adya Luhur**  
**NIM : D0C006068**

---

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa public relations adalah semata mata untuk mendapatkan citra yang positif, sehingga muncul respon balik dari khalayak sarannya, baik *awareness* maupun sikap dan perilaku tertentu terhadap organisasi maupun *brand*. Seperti halnya yang terjadi pada SSFM. yang pertama dibentuk dengan format radio jazz, mengadakan rebranding menjadi Channel Keluarga Muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Masyarakat tentang Radio 105.2 SSFM Pasca Rebranding Sebagai Channel Keluarga Muda.

Teori yang dipakai adalah teori PR Frank Jefkins, dimana PR atau *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi terencana baik itu keluar maupun ke dalam antara satu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2002 : 10). Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan teknik kemudahan (convenient sampling) yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Diambil dari populasi warga Semarang yang menjadi pendengar SSFM sebanyak 30 orang.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh kesimpulan bahwa secara umum persepsi masyarakat akan SSFM pasca rebranding adalah cukup baik. Sejumlah 66.67% responden yang memiliki persepsi cukup baik, dan 30% memiliki persepsi SSFM kurang baik, hanya 3,3% yang menyatakan buruk, serta 0% untuk yang memiliki persepsi SSFM sudah baik. Meski persentase tertinggi terdapat pada kategori cukup baik, namun tentu saja ini bukanlah merupakan pencapaian terbaik. Karena hanya 0% dari responden yang memiliki persepsi baik tentang SSFM.

Pengetahuan pendengar akan taqline dan genre sudah baik, lagu yang diputar pada setiap acara update, sesuai dengan segmen keluarga muda, dan sesuai dengan waktu penyajian. Tempo lagu yang diputar juga sesuai dengan kondisi waktu. Untuk informasi yang diberikan, SSFM telah memberikan informasi yang tergolong mengikuti perkembangan. Selain itu informasi yang diberikan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan pada segmentasi keluarga muda.. Penyiar SSFM memiliki artikulasi yang baik, pengucapan kata – kata yang lancar, jelas, dan intonasi yang baik. Penyiar SSFM mampu menghadirkan situasi yang komunikatif dengan pendengar. Hal ini membangun respon dan interaksi dengan pendengar. Disamping itu backsound yang dipakai juga sesuai dengan acara yang dibawakan, serta ID's SSFM dipandang menarik oleh pendengar, namun dalam hal daya tarik program – program acara yang dimiliki SSFM dinilai kurang. Satu hal yang sangat mencolok adalah daya tarik acara yang kurang. Acara cenderung monoton karena memiliki pola yang sama, yaitu membaca informasi, request, dan lebih banyak lagu. Sehingga meskipun lagu yang diputar up date, tidak akan berpengaruh dengan penilaian masyarakat akan daya tarik acara.

Semarang, Juli 2010  
Dosen Pembimbing,

**Dra. Taufik Suprihatini, M.Si**  
NIP. 19530302 98103 1 014