

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## Marketing Public Relations Bens Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Nilai Budaya Betawi

Malik Abdul Aziz

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74734&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Marketing Public Relations Bens Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Nilai Budaya Betawi. Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivisme, Pendekatan Kualitatif dengan Jenis Penelitian Deskriptif, dan Metode yang digunakan adalah Studi Kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Marketing Public Relations Bens Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Nilai Budaya Betawi adalah dengan mengusung program siaran yang mengutamakan nilai-nilai budaya Betawi dan juga Bens Radio mengemas bahasa Betawi kedalam suatu program yang sangat menarik. Dalam siaran Bens Radio mengedepankan budaya Betawi ini terdapat faktor-faktor yang ada di dalam internal yang mendukung kelancaran menjalankan visi misi Bens Radio, seperti karya-karya Benyamin Sueb yang dijadikan brand oleh Bens Radio, serta pemikiran beliau yang ingin terus menjaga budaya Betawi melalui media Betawi.

Marketing Public Relations dalam Bens Radio sudah berperan aktif dalam proses perencanaan dan pengevaluasian suatu program siaran Bens Radio. Dan menerapkan kegiatan yang ikut serta dalam perencanaan nya yaitu, publikasi, identitas media, event, berita, pidato, berperan serta dalam aktivitas social dan sponsor.

Corporate Identity Bens Radio sangat mencerminkan bahwa Bens Radio adalah Radio Etnik Betawi dilihat dari Corporate Visual Identity, Corporate Communication dan Public Relations (Special Events) yang ada dalam Bens Radio.

Integrasi Informasi juga menjelaskan bahwa semua informasi memiliki kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi pendengar untuk dapat menilai isi dari informasi yang di berikan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah pengetahuan mahasiswa dalam penerapan dan kajian teori Marketing Public Relations, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.