

ABSTRAK

BRAND COMMUNICATION RRI YOGYAKARTA PADA EVENT FESTIVAL PELAJAR NUSANTARA 2022

Oleh :
SIWI USWATUN KHASANAH
190710074

Perkembangan teknologi banyak memberikan perubahan signifikan terhadap media informasi yang memicu persaingan ketat antara media-media tersebut. Untuk itu, perusahaan media informasi dan komunikasi perlu berinovasi agar dapat mempertahankan citra perusahaan dan tetap menjadi pilihan masyarakat. Selain itu, membangun hubungan emosional dengan pelanggan juga dapat menjadi faktor pendukung lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi *brand communication* yang tepat untuk dapat membranding perusahaan secara maksimal. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui *brand communication* RRI Yogyakarta pada *event* Festival Pelajar Nusantara 2022. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif untuk mengeksplor dan menggali secara mendalam terkait *brand communication* RRI Yogyakarta pada *event* FPN 2022. Penelitian ini menggunakan teori strategi *brand communication* dengan indikator *brand visualization* dan *brand activation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *brand communication* yang dijalankan oleh RRI Yogyakarta pada *brand visualization* diantaranya melalui logo yang disebarluaskan melalui media *branding* secara fisik dan melalui sosial media. Kemudian *brand activation* yakni dengan pemasaran langsung secara *door to door* dan siaran radio, sosial media mengoptimalkan Instagram, promosi berupa penawaran kerjasama dan penggunaan *influencer*, *marketing event* melalui penyelenggaraan *event* Festival Pelajar Nusantara 2022, serta *sponsorship* dalam bentuk dukungan layanan. Penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai literatur ilmiah pada kajian lain yang berhubungan dengan strategi *brand communication*. Peneliti merekomendasikan kepada pihak RRI Yogyakarta untuk lebih memaksimalkan strategi komunikasi merek yang telah dijalankan untuk dapat menyampaikan pesan mereknya kepada publik dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Kata kunci : *brand communication*, RRI Yogyakarta, *event*, Festival Pelajar Nusantara

ABSTRACT

BRAND COMMUNICATION RRI YOGYAKARTA ON NUSANTARA STUDENT FESTIVAL EVENT 2022

By:
SIWI USWATUN KHASANAH
190710074

Technological developments have made many significant changes to information media, which have sparked intense competition between these media. For this reason, information and communication media companies need to innovate in order to maintain the company's image and remain the people's choice. In addition, building emotional relationships with customers can also be another supporting factor. Therefore, an appropriate brand communication strategy is needed to be able to optimally brand the company. The purpose of this research is to find out RRI Yogyakarta brand communication at the 2022 Nusantara Student Festival event. This research uses qualitative descriptive research to explore and dig in depth related to RRI Yogyakarta brand communication at the 2022 FPN event. This research uses brand communication strategy theory with brand indicators visualization and brand activation. The results of the study show that the brand communication strategy implemented by RRI Yogyakarta on brand visualization includes logos that are disseminated through physical branding media and through social media. Then brand activation, namely by direct marketing door to door and radio broadcasts, social media optimizing Instagram, promotions in the form of offering collaborations and using influencers, marketing events through holding the 2022 Nusantara Student Festival event, and sponsorship in the form of service support. This research can later be used as scientific literature on other studies related to brand communication strategies. The researcher recommends RRI Yogyakarta to further maximize the brand communication strategy that has been implemented in order to be able to convey its brand message to the public and enhance the company's reputation.

Keywords: *brand communication, RRI Yogyakarta, event, Nusantara Student Festival*