

DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

| Istilah dan Singkatan | Keterangan | Penggunaan Pertama Kali pada Halaman |
|--|--|---|
| Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) | : Perusahaan yang dinaungi oleh Telkom Indonesia untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi dan pelatihan guna mengembangkan sumber daya manusia yang profesional di bidang informasi dan komunikasi | 1 |
| <i>Streaming</i> | : Aktivitas siaran yang dilakukan secara daring melalui media sosial | 1 |
| <i>In-depth Interview</i> | : Aktivitas memperoleh informasi dengan metode tanya jawab secara langsung | 1 |
| <i>Prime Time</i> | : Waktu program siaran yang berlangsung dari petang hingga malam hari | 5 |
| <i>Drive Time</i> | : Rata-rata waktu pendengar saat mengemudi kendaraan | 5 |
| <i>Day Parts</i> | : Kebiasaan pendengar radio dalam mendengarkan radio terutama pada hari kerja | 5 |
| <i>Quality Function Deployment (QFD)</i> | : Metode yang menerjemahkan kebutuhan pelanggan kepada karakteristik teknis perusahaan | 7 |
| Model Kano | : Model yang digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa | 8 |
| Karakteristik Teknis (<i>Technical Requirements</i>) | : Komponen untuk memenuhi <i>true customer needs</i> | 8 |
| <i>Critical Part</i> | : Komponen untuk memenuhi karakteristik teknis yang diperlukan | 8 |

| Istilah dan Singkatan | Keterangan | Penggunaan Pertama Kali pada Halaman |
|---------------------------------------|--|---|
| <i>House of Quality</i> (HOQ) | : Matriks untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menentukan prioritas kebutuhan desain untuk memenuhi kebutuhan konsumen | 9 |
| <i>Part Deployment</i> | : Untuk menentukan <i>critical part</i> yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan | 9 |
| <i>True Customer Needs</i> (TCN) | : Kebutuhan pelanggan yang sebenarnya yang telah diproses pada Integrasi <i>Service Quality</i> dan Kano | 9 |
| <i>Adjusted Importance</i> | : Perkalian antara nilai kepuasan pelanggan dan nilai pengali kano | 10 |
| <i>Jingle</i> | : Gabungan dari kata-kata yang dikemas dalam bentuk suara untuk kebutuhan promosi | 14 |
| <i>Brainstorming</i> | : Aktivitas diskusi yang dilakukan dengan pemilik perusahaan dan/atau dengan pihak yang terlibat dalam permasalahan | 16 |
| <i>Total Quality Management</i> (TQM) | : Strategi peningkatan kualitas dengan fokus terhadap proses yang berorientasi terhadap kepuasan pelanggan | 18 |
| <i>Lean Six Sigma</i> | : Metode peningkatan kualitas layanan dengan mengeliminasi sisa produksi serta mencapai nol kerusakan secara efektif dan efisien | 18 |
| <i>Service Quality</i> (SERVQUAL) | : Pendefinisian model dalam melihat perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan | 22 |
| <i>Voice of Customer</i> (VOC) | : Suara pelanggan terhadap kebutuhan suatu produk atau jasa | 24 |

| Istilah dan Singkatan | Keterangan | Penggunaan Pertama Kali pada Halaman |
|---------------------------------------|--|---|
| <i>Direction of Goodness</i> | : Peningkatan yang terbaik untuk dicapai | 27 |
| <i>Adjusted Importance Percentage</i> | : Persentase yang menggambarkan nilai <i>adjusted importance</i> | 27 |
| Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) | : Nilai yang merepresentasikan kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa | 27 |
| <i>The More the Better (MTB)</i> | : Nilai yang semakin besar nilai faktor pemenuhan, maka semakin baik. | 27 |
| <i>The Less the Better (LTB)</i> | : Nilai berarti semakin kecil nilai faktor pemenuhan, maka semakin baik. | 27 |
| <i>Target is Best (TB)</i> | : Nilai yang nilainya optimal. | 28 |
| <i>Competitive Benchmarking</i> | : Membandingkan kondisi eksisting perusahaan dengan perusahaan kompetitor | 30 |
| <i>Decision Matrices</i> | : Metode untuk menentukan bobot penilaian dari suatu konsep | 32 |
| PRSSNI | : Lembaga Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia yang mewadahi radio siaran swasta | 53 |
| <i>Off-Air</i> | : Aktivitas siaran yang dilakukan di luar studio siaran | 76 |