



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI

4926/KOM-D/SD-S1/2021

**PENGARUH INTENSITAS MENDENGARKAN PESAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT TENTANG COVID-19 DI RADIO SWARA KAMPAR
103.8 DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT
KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Di ajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Di Susun

Oleh:

ABDUL AZIZ
11643101977

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H. R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 11643101977
Judul : Pengaruh Intensitas Mendengarkan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar 103.8 FM Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

Telah di munaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 8 September 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (SI) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 25 September 2021.

Dekan,


Imron Rosidi, S.Pd, MA, Ph.D
NIP.198111182009011006

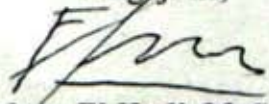
Tim Penguji,

Ketua/ Penguji I,


Dr. Nurdin. M.Ag

NIP. 196606202006041015

Penguji III,

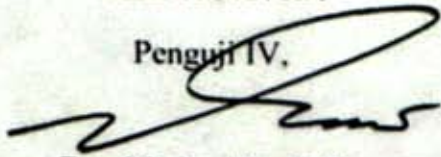

Firdaus El Hadi, M. Soc.Sc
NIP. 197612122003121004

Sekretaris/ Penguji II,


Mustafa, S.Sos, M.Ikom

NIK. 130417024

Penguji IV,


Dewi Sukartik, M.Sc
NIK. 130311019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI RADIO SWARA KAMPAR 103.8
FM DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT KAMPAR**

Disusun Oleh:



ABDUL AZIZ
NIM. 11643101977

Telah disetujui oleh pembimbing untuk di munaqasah kan pada tanggal:

Pembimbing I



Dewi Sukartik, M.Sc
NIK. 130311019

Mengetahui, _____

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 11643101977
Tempat/tgl. Lahir : Pulau Empat/15 November 1997
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mendengarkan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar 103.8 Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya) saya tersebut. maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 01 November 2021
Yang membuat pernyataan



Abdul Aziz
NIM. 11643101977



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Teip. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Abdul Aziz
NIM : 11643101977
Judul Skripsi : Pengaruh iklan layanan masyarakat di Radio Swara kampar 103.8 FM dalam Meningkatkan Pengetahuan masyarakat kampar

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pelnbimbing

Dewi Sukartik, M.Sc

N I K. 130311019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Abdul Aziz
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar 103.8 Fm Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 Fm dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Kampar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat terhadap bahaya Covid-19 dan penerapan protocol kesehatan. Hasil statistis menunjukkan nilai signifikasi pada uji T dapat diketahui bahwasanya besarnya t hitung adalah 5,098 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel pengetahuan masyarakat di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Variabel yang mempengaruhinya adalah variabel intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat di Kabupaten Kampar. Bentuk peningkatan pengetahuan masyarakat Kecamatan Kuok berdasarkan indikator yang di gunakan yaitu 1). Masyarakat mengikuti arahan dan menerapkan protokol kesehatan yang di sampaikan iklan layanan masyarakat. 2). Mampu mengetahui gejala-gejala covid-19 secara singkat 3). Masyarakat mampu membuat hand sanitizer secara mandiri dan menilai instansi yang tidak menerapkan protokol kesehatan dengan baik.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Radio, Pengetahuan masyarakat, Covid-19



ABSTRACT

Name : Abdul Aziz
Department : Communication
Title : *The Effect Of Intensity Of Listening To Community Service Advertising About Covid-19 On Swara Kampar 103.8 Fm Radio In Increasing Community Knowledge Of Kuok District, Kampar Regency*

This study aims to determine the effect of the intensity of listening to public service advertisements on Radio Swara Kampar 103.8 Fm in increasing the knowledge of the Kampar community. This study uses a quantitative method with a simple linear regression analysis technique to determine the effect of public service advertisements on increasing public knowledge about the dangers of Covid-19 and the application of health protocols. The statistical results show that the significance value in the T test can be seen that the magnitude of t count is 5.098 with a significance level of 0.000. Therefore, the significance value is less than 0.05. So it can be concluded that the intensity of listening to public service advertisements together has a positive effect on the community knowledge variable in Kuok District, Kampar Regency. The variable that influences it is the intensity of listening to public service advertisements on increasing public knowledge in Kampar Regency. The form of increasing the knowledge of the Kuok District community is based on the indicators used, namely 1). The community follows directions and applies health protocols conveyed by public service advertisements. 2). Able to know the symptoms of covid-19 briefly 3). The community can make hand sanitizers independently and assess agencies that do not implement health protocols properly.

Keywords : *Public Service Advertisements, Radio, Public Knowledge, Covid-19*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah *Subhaanau Wa Ta'aala* yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar 103.8 Fm Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar”**. Proposal penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selain itu, proposal ini disusun dalam rangka mengaplikasikan, menuangkan ilmu dan ide yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi dalam bentuk tulisan.

Penulis menyadari sepenuhnya akan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu pula penulis menyampaikan penghargaan terimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Wakil Rektor I Dr. Hj. Helmiati, M. Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd, Wakil Rektor III Edi Erwan, S. Pt.,M. Sc., Ph. D
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Masduki, M.Ag selaku wakil Dekan I, Dr. Toni Hartono M.Si selaku wakil Dekan II dan juga sebagai dosen pembimbing Ibuk Dewi Sukartik, M.Sc, dan Dr. Azni, S.Ag selaku wakil Dekan III, M.Ag, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dra. Atjih Sukaesih, M.Si sebagai ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Yantos, SIP, M.Si sebagai sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



7. Seluruh dosen-dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajar dan mendidik baik secara teoritis dan praktis

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan, saran, dan kritiknya untuk kesempurnaan proposal penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Demikianlah Skripsi ini dibuat, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan membangun dari segala pihak, khususnya yang terkait dengan masalah dan objek penelitian yang akan diteliti. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat kepada semua yang membacanya, khususnya bagi penulis sendiri dan diharapkan bisa menjadi sumber referensi untuk penelitian sejenis kedepannya.

Pekanbaru, 08 Februari 2021

Peneliti

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Penegasan Istilah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Intensitas Mendengarkan.....	10
2.2.2. Komunikasi.....	10
2.2.3. Komunikasi Massa	10
2.2.4. Iklan	12
2.2.5. Iklan Layanan Masyarakat	13
2.2.6. Radio.....	15
2.2.7. Peningkatan Pengetahuan	16
2.2.8. Teori S-O-R.....	17
2.3. Konsep Operasional.....	18
2.3.1. Indikator Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat	19
2.3.2. Peningkatan Pengetahuan.....	20
2.4. Kerangka Berfikir	22
2.5. Hipotesis Penelitian	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3. Populasi dan sampel.....	23
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sampel	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.1. Kuisisioner	24
3.5. Uji Validitas dan realibilitas	24
3.5.1. Uji validitas	24
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	25
3.6.2. Analisis Inferensial.....	25
3.7. Pengujian Hipotesis	26
3.7.1. Analisis regresi linier sederhana.....	26
3.7.2. Koefisien determinasi.....	26
3.7.3. Uji T.....	27

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Sejarah Singkat Radio Swara Kampar.....	28
4.2. Gambaran Umum Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kampar	28
4.3. Visi dan Misi radio.....	28
4.4. Dasar Hukum Pendirian Radio	29
4.5. Program Siaran.....	29
4.6. Pendengar.....	32
4.7. Coverage Area	32
4.8. Peta Lokasi Radio	32
4.9. Struktur Radio Swara Kampar	33

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Variabel	34
5.1.1. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.1.2. Deskripsi Variabel Pengetahuan Masyarakat.....	38
5.2. Analisis Data.....	41
5.2.1. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	41
5.2.1.1. Uji Validitas.....	41
5.2.1.2. Uji Realibilitas.....	43
5.2.2. Analisis Inferensial.....	43
5.2.2.1. Uji Homogenitas.....	43
5.2.2.2. Uji Normalitas.....	44
5.2.3. Pengujian Hipotesis.....	45
5.3. Pembahasan.....	47
5.3.1. Gambaran Tentang Besarnya Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Di Radio Swara Kampar 103.8 FM Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kampar.....	47

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	53
6.2. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

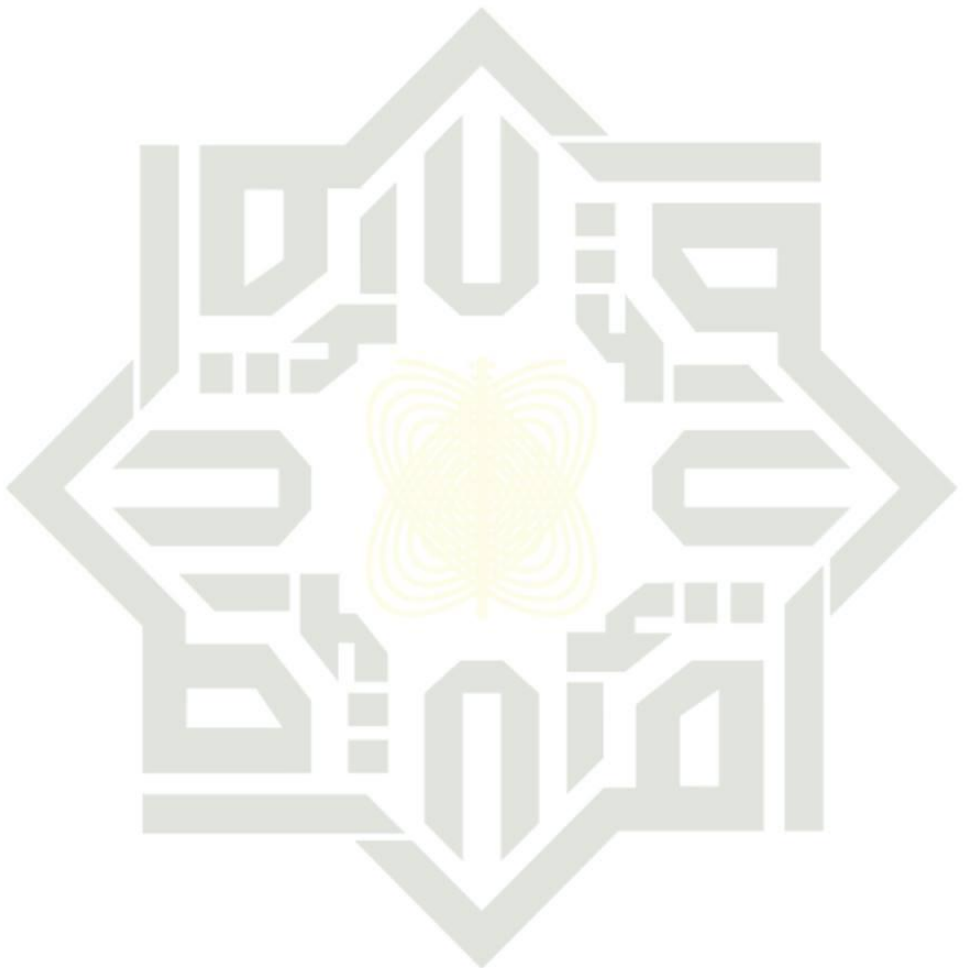


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	kajian terdahulu	8
Tabel 2.2	Konsep Operasional Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Peningkatan Pengetahuan.....	18
Tabel 5.1	Saya Setiap Hari Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar	34
Tabel 5.2	Saya Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar Sampai Selesai.....	35
Tabel 5.3	Iklan Layanan Masyarakat Mudah Dipahami	35
Tabel 5.4	Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar Tidak Memakan Waktu Yang Lama (Singkat).....	36
Tabel 5.5	Iklan Dibuat dengan Bahasa yang Sederhana Sehingga Saya Dapat Mencerna Ikan Lebih Mudah	36
Tabel 5.6	Setelah Mendengarkan Iklan, Saya Mencari Tau Tentang Virus Covid-19.....	37
Tabel 5.7	Setelah Mendengar Iklan, Saya Merasa Harus Mengikuti Arahan Dalam Iklan Tersebut	37
Tabel 5.8	Iklan Layanan Masyarakat Membuat Saya Tahu Tentang Bahayanya Virus Covid-19	38
Tabel 5.9	Saya Dapat Memahami Protokol Kesehatan Selama Pandemi Melalui Iklan Layanan Masyarakat Yang Saya Dengar	39
Tabel 5.10	Saya Menerapkan Protokol Kesehatan Dalam Kehidupan Sehari-Hari Karena Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat .	39
Tabel 5.11	Saya Mampu Menganalisis Gejala-Gejala Covid 19 Secara Cepat Berdasarkan Informasi Dari Iklan Layanan Masyarakat.....	40
Tabel 5.12	Saya Mampu Membuat Handsanitizer Sendiri Dengan Menggunakan Bahan Alami.....	40
Tabel 5.13	Saya Dapat Menilai Suatu Took/Instansi Sudah Menerapkan Protokol Yang Benar Atau Tidak.....	41
Tabel 5.14	Uji Validitas Variabel Iklan Layanan Masyarakat	42
Tabel 5.15	Uji Validitas Variabel Pengetahuan Masyarakat	42
Tabel 5.16	Uji Reliabilitas Variabel.....	43
Tabel 5.17	Uji Homogenitas	44
Tabel 5.18	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	44

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.19 Analisis Regresi Linier Sederhana	45
Tabel 5.20 Nilai Koefisien Determinasi	46
Tabel 5.21 Uji T	47



UIN SUSKA RIAU

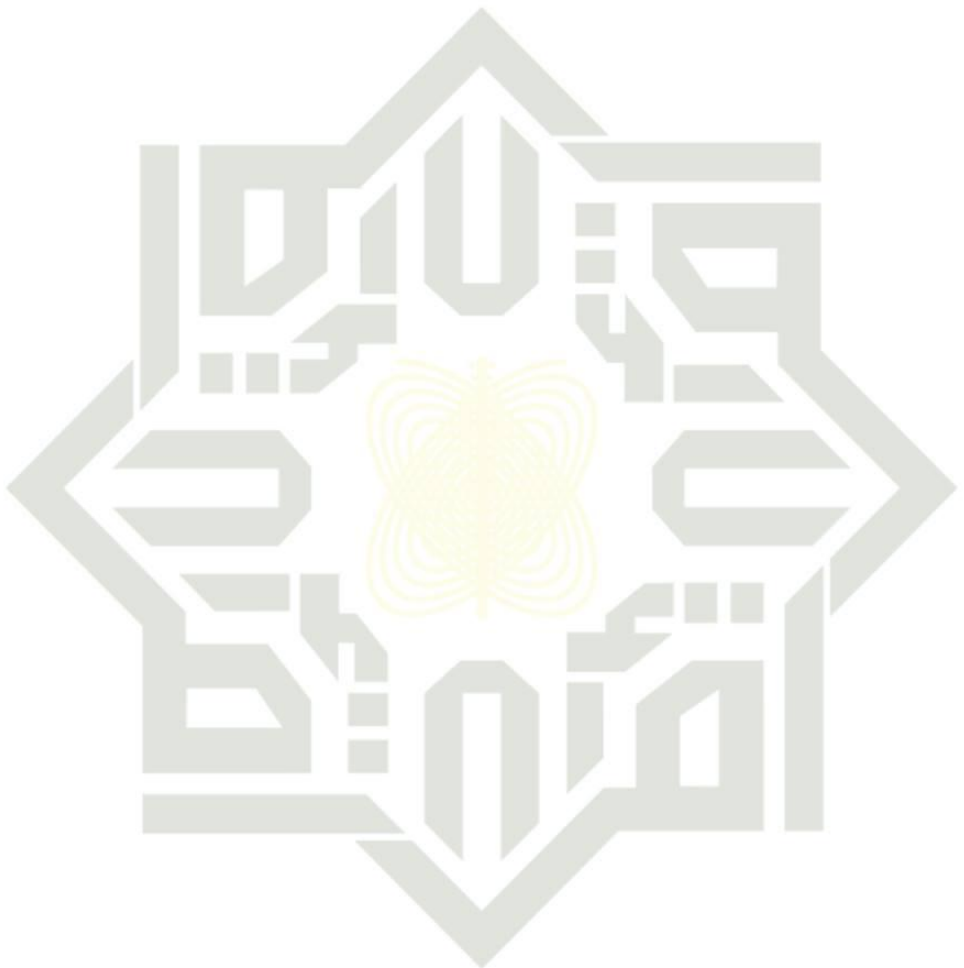
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1	Struktur Jabatan Radio Swara Kampar	33



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	56
Lampiran 2	Hasil Angket Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat	58
Lampiran 3	Hasil Angket Pengetahuan Masyarakat	61
Lampiran 4	Deskripsi Angket Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat	64
Lampiran 5	Deskripsi Angket Pengetahuan Masyarakat	66
Lampiran 6	Uji Homogenitas	68
Lampiran 7	Uji Normalitas.....	69
Lampiran 8	Uji Regresi Linier Sederhana.....	70
Lampiran 9	Uji Validitas Variabel Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat.....	71
Lampiran 10	Uji Validitas Variabel Pengetahuan Masyarakat	72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa di Indonesia, bukan hanya wilayah-wilayah perkotaan, tetapi juga merambah wilayah pedesaan. Seperti kita ketahui di beberapa wilayah di Indonesia telah banyak bermunculan media massa baik media massa cetak atau media massa elektronik, baik yang didirikan oleh pemerintah ataupun swasta. Media massa ini sangat banyak memberikan kontribusi dan pengaruh yang cukup besar dan signifikan bagi perkembangan masyarakat setempat. Salah satu media yang pernah eksis di Indonesia adalah radio.

Radio adalah salah satu media yang menjadi pilihan bagi masyarakat karena sifatnya audio sehingga lebih banyak orang yang dapat mendengar siaran radio. Hal ini dikarenakan siarannya lebih cepat memberikan stimulus (rangsangan) kepada audiens (masyarakat) tanpa memandang letak geografisnya, misalnya berita-berita di surat kabar kepada pembaca. Terkhusus pada informasi tentang bahayanya Covid-19.

Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) merupakan penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab Covid-19 ini dinamakan Sars-CoV-2. Virus corona sendiri adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia). Penelitian menyebutkan bahwa 2 jenis corona virus lainnya, yaitu SARS ditransmisikan dari kucing luwak (civet cats) ke manusia dan MERS dari unta ke manusia. Adapun, hewan yang menjadi sumber penularan Covid-19 ini sampai saat ini masih belum diketahui.

Covid-19 di Indonesia saat ini menjadi suatu pembahasan yang sangat penting dan harus segera ditangani karena penyebarluasannya meningkat secara signifikan. Karena di berbagai negara di dunia mengalami pandemi, musibah akibat penyebaran virus Corona (Covid-19) yang sangat mematikan memaksa hampir semua Covid-19 negara memberikan tindakan mengamankan masyarakatnya dari penyebaran virus yang mematikan, jumlah korban yang terus bertambah setiap hari hingga ratusan orang meninggal. Indonesia sebagai salah satu negara yang juga terkena dampak penyebaran virus Covid-19 segera melakukan berbagai tindakan antisipasi dengan cara menyarankan untuk melakukan social distance hingga saran untuk bekerja dari rumah (Work From Home), dan menutup semua sektor pelayanan publik serta Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Radio siaran termasuk ke dalam kategori media massa elektronik yang dapat menstimuli khalayak secara luas dalam waktu bersamaan. Ketika suara terdengar dari pesawat radio, saat itu juga masyarakat berusaha memvisualisasikan

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

makna dari suara tersebut. Efek suara dan dukungan musik yang tepat membawa radio siaran menjadi alat komunikasi dalam kehidupan masyarakat yang dapat diperhitungkan dampaknya. Artinya radio siaran tidak berfungsi hanya mengirim atau menyiarkan tetapi juga menerima pesan dari pendengar. Ini mengandung implikasi bahwa radio siaran akan membuat pendengar tidak hanya mendengar tetapi juga berbicara dan tidak membuat pendengar terisolasi tetapi menghubungkannya dengan proses perubahan masyarakat.

Sebagai media massa, radio memiliki beberapa fungsi utama yaitu untuk menyiarkan (*to inform*), mendidik (*to educate*) menghibur (*to entertain*) dan untuk mempengaruhi (*to influence*). Radio tidak bisa terlepas dari fungsi-fungsi tersebut karena radio termasuk dalam media pers. Tetapi pada perkembangannya dewasa ini, fungsi radio yang lebih menonjol adalah sebagai hiburan terutama di kota-kota besar. Hal ini disebabkan daya tarik radio siaran yang sifatnya serba hidup dan dinamis. Dinamis diartikan sebagai suatu keadaan yang terus-menerus berubah mengikuti perkembangan zaman. Seperti majalah, radio adalah media yang memiliki jangkauan yang selektif terhadap segmen tertentu. Dalam masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio telah menjawab kebutuhan yang menyakinkan komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat. Sebagai media radio memiliki beberapa kekuatan seperti: menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu bersamaan, menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar, cepat menyampaikan pesan sehingga dapat memberikan informasi mutakhir yang berguna¹

Radio merupakan alat media massa yang paling berpengaruh dan mampu memainkan peran yang baik untuk memberi informasi dan hiburan kepada para pendengar. Selain itu, radio juga merupakan salah satu media audio yang berupaya memancing para pendengar melalui penggunaan bahasa tersirat dan tersurat yang indah dan menarik perhatian masyarakat.

Di radio juga terdapat iklan. Pendapatan radio sebagian besar di dapatkan juga melalui iklan. Iklan radio merupakan salah satu iklan yang digunakan oleh pihak tertentu bagi memasarkan produk mereka, yaitu dengan menggunakan kaedah pendengaran. Terdapat pengguna yang pastinya akan menghadapi masalah memahami maksud yang disampaikan oleh iklan tersebut. Kata-kata dan ayat yang digunakan kadang kala mempunyai makna yang mendalam dan perlu dipahami dengan teliti.²

¹ Dian Wardiana Sjucho et al., "Program Siaran Radio Pemerintah Sturada 104.00 FM dalam Memenuhi Kebutuhan akan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang," *Jurnal Politikom Indonesiana* 3, no. 1 (July 31, 2018): 41–41, <https://doi.org/10.35706/jpi.v3i1.1410>.

² Syamsidah Saad and Raja Masittah Raja Ariffin, "Makna Tersurat Dan Tersirat Dalam Iklan Di Radio Berdasarkan Teori Imej," *International Journal of Language Education and Applied Linguistics*, 2014.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan radio merupakan suatu wujud komunikasi lisan yang disampaikan seseorang kepada khalayak ramai dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan. Iklan radio merupakan sebuah bentuk komunikasi lisan yang mempunyai efek magis pada pendengarnya. Efek magis yang ditimbulkan dari iklan radio berasal dari penggunaan bahasa yang ditimbulkan. Penggunaan bahasa dalam iklan yang dimaksud adalah intonasi bicara, ekspresi suara, serta ide cerita yang muncul melalui suaranya. Suara-suara yang ada didalam sebuah iklan radio merupakan sebuah tindak tutur. Dimana penutur menyampaikan maksud dan tujuannya kepada lawan bicaranya melalui bahasanya.³

Ada berbagai macam jenis iklan. Salah satunya adalah Iklan Layanan Masyarakat (ILM). ILM adalah iklan yang di gunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak dimana tujuan akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial itu meliputi munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang di iklankan, yang mana keuntungannya sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri.

Iklan layanan masyarakat adalah jenis iklan yang bersifat non profit. Iklan tersebut tidak mencari keuntungan semata akibat pemasangannya kepada khalayak. Umumnya Iklan layanan masyarakat bertujuan untuk memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi, bersikap positif terhadap pesan yang disampaikan.⁴

Manfaat iklan layanan masyarakat secara normatif adalah masyarakat dapat menambah pengetahuan dan kesadaran sikap serta perilaku masyarakat itu sendiri, sebab masyarakat akan terbangun dan tergiring pada situasi ke arah yang baik, umumnya materi pesan yang di sampaikan dalam iklan jenis ini berupa informasi – informasi publik untuk menggugah khalayak untuk melakukan suatu kebaikan seperti anjuran agar tertib dalam berlalu lintas, anjuran – anjuran yang baik dari segi kegiatan dan lain sebagainya.

Ada banyak cara yang di lakukan oleh media untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat melalui programnya. Salah satu cara meningkatkan suatu pengetahuan bagi masyarakat adalah melalui iklan layanan masyarakat yang di dengar melalui radio setiap harinya. Dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya melalui iklan layanan masyarakat dan menjadikan iklan itu efektif tentunya juga di pengaruhi oleh daya tarik iklan, kualitas iklan dan kualitas

³ Winda Ayu Cahya Fitriani, “Analisis Tindak Tutur Dalam Wacana Iklan Radio,” *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 8, no. 1 (2019): 51.

⁴ Antonius Doi Dori, “Upaya-Upaya Yang Dilakukan Stasiun Radio Dalam Menjaring Pemasang Iklan Kepada Pendengar (Suatu Studi Pada Pt. Radio Chakra Bhuwana Malang),” *JASIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 1, no. 1 (2015): 16.

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

pesan yang baik di siarkan melalui radio tersebut. Dan salah satu radio yang ada di Kabupaten Kampar adalah Radio Swara Kampar 103, 8 FM.

Radio Swara Kampar 103, 8 FM adalah radio pemerintah di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informasi yang terletak di Bukit Candika, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Sama seperti radio lainnya, radio Swara Kampar juga memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat, salah satunya adalah melalui iklan layanan masyarakat di setiap *briefing* program di radio ini setiap hari juga menyiarkan iklannya.

Keberadaan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar merupakan hal yang sangat penting karena dapat membantu memecahkan berbagai masalah sosial seperti masih kurangnya tentang pengetahuan betapa pentingnya untuk tertib lalu lintas, pentingnya kesehatan, pentingnya pendidikan, bahayanya narkoba dan lain – lain. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bermanfaat untuk menggerakkan solidaritas masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial. Iklan tersebut menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum.

Di Radio Swara Kampar terdapat berbagai macam iklan yang di siarkan seperti iklan komersil, iklan layanan masyarakat dan lainnya. Salah satu iklan yang seringkali disiarkan oleh Radio Swara Kampar adalah iklan tentang himbauan kepada masyarakat Kabupaten Kampar untuk senantiasa menjaga diri dari penularan Covid-19 yang mulai massif banyak menyerang manusia. Iklan ini mulai di siarkan sejak bulan Maret 2020 sampai saat ini, November 2020. Tujuannya adalah untuk mengingatkan masyarakat Kabupaten Kampar khususnya untuk senantiasa menggunakan masker ketika beraktivitas di luar rumah dan tidak lupa untuk mencuci tangan sebelum dan sesudah kegiatan. Hal ini disebabkan masih banyak masyarakat yang keluar dari rumah tanpa menggunakan masker. Dengan adanya iklan layanan masyarakat tentang virus corona ini setidaknya menjadi pengingat bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati. Iklan layanan tentang virus corona ini biasanya disiarkan radio atas permintaan atas permintaan Pemerintah Kampar dan Dinas Kesehatan Kabupaten Kampar.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Dedi Irawan selaku kepala studio radio Swara Kampar, ia mengatakan bahwa iklan yang di tayangkan di radio minimal dalam sehari menayangkan 8 iklan yang mana terdiri 5 iklan layanan masyarakat dan 3 iklan komersil. Dari segi harga tarif, iklan komersil bertarif mahal dan di batasi, sedangkan untuk iklan layanan masyarakat tidak di bayar dan tidak di batasi berapapun iklan yang masuk, di samping itu radio ini juga membuat iklan layanan masyarakatnya sendiri terutama iklan layanan masyarakat tentang pencegahan dari virus corona.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan adanya iklan layanan masyarakat yang selama ini di siarkan di Radio Swara Kampar dapat membantu menyadarkan, memberikan pengetahuan, mengajak serta mengingatkan masyarakat Kampar akan informasi masalah sosial di wilayah kabupaten Kampar setiap saat. Melalui iklan layanan masyarakat yang di siarkan, masyarakat dapat selalu mengetahui informasi hal apa saja yang harus mereka lakukan, harus mereka ketahui, dipatuhi, di laksanakan setiap saat agar kehidupan sejahtera dapat tercapai⁵.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat yang ditemui dan pernah mendengarkan Radio Swara Kampar bahwasanya dibalik tercapainya pemberian pengetahuan setiap harinya kepada masyarakat melalui iklan layanan masyarakat ada peran penting Radio Swara Kampar dalam menyampaikan ataupun meningkatkan pengetahuan masyarakat sosial yang bermanfaat bagi masyarakat tersebut mengingat iklan layanan masyarakat yang masuk ke radio ini tidak ada pembatasan selagi iklan itu layak untuk di siarkan di wilayah Kampar melalui radio tersebut. Menurut masyarakat Radio Swara Kampar sangat membantu masyarakat yang belum memiliki alat teknologi seperti telepon genggam untuk mendapatkan informasi ataupun berita penting yang perlu di ketahui oleh masyarakat Kampar.⁶

Adapun Iklan layanan masyarakat ini sebagai ajang edukasi untuk pendengar agar masyarakat selalu mengingat, mengetahui serta menjalankannya, seperti iklan bank yang mengingatkan untuk selalu menabung, iklan Pembangkit Listrik Negara (PLN) agar masyarakat selalu ingat pembayaran tepat waktu, iklan kesehatan, iklan layanan masyarakat seperti tentang bahaya Virus corona. Dengan menyiarkan iklan-iklan tersebut masyarakat yang belum mengetahui secara keseluruhan di wilayah Kabupaten Kampar ataupun yang sudah mengetahui hal tersebut membuat pengetahuan yang di dapatkan masyarakat semakin meningkat serta bermanfaat.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memilih iklan layanan masyarakat melalui media Radio Swara Kampar. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui pengaruh iklan khususnya iklan layanan masyarakat yang disampaikan melalui radio ini dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat kampar. Untuk lokasi penelitian, peneliti memilih kota Bangkinang Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar dikarenakan penayangan iklan layanan masyarakat ini di siarkan di radio Swara Kampar 103,8 FM. Agar penelitian ini lebih fokus, maka peneliti memilih Kecamatan Kuok sebagai tempat untuk melakukan penelitian.

Dari latar belakang yang penulis sampaikan di atas maka penulis ingin mengetahui pengaruh intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat kampar. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi

⁵ Dedi Irawan, Pimpinan Radio Swara Kampar 103,8 FM, Pebuari 2020.

⁶ Hasil Wawancara dengan Masyarakat, September 2020

“Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan layanan Masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kampar”

1) Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan terhadap persepsi judul, maka pada bagian ini akan di jelaskan istilah – istilah yang terkait di dalam judul, sebagai berikut:

1) Intensitas Mendengarkan Radio

Mendengarkan radio adalah tingkat keseringan dan lamanya kegiatan seseorang mengarahkan pendengarannya pada materi yang disiarkan radio atau meluangkan waktu untuk mendengarkan siaran radio sehingga ia dapat mengikuti, mengerti atau menikmatinya, baik radio milik sendiri maupun orang lain.⁷

2) Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk pesan⁸. Iklan juga merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon konsumen yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang paling ekonomis

3) Radio

Radio merupakan salah satu media layanan penyedia informasi bagi masyarakat, informasi yang disampaikan kepada masyarakat bisa berupa iklan, berita, edukasi maupun hiburan⁹.

4) Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat adalah suatu pengumuman atau pemberitahuan yang bersifat non komersil yang mempromosikan program-program kegiatan, layanan pemerintah, layanan organisasi non- bisnis dan pemberitahuan-pemberitahuan lainnya tentang layanan kebutuhan masyarakat. Biasanya berupa ajakan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum dan mengubah suatu kebiasaan atau perilaku masyarakat.¹⁰

⁷ Susi Riwayati, “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pendengaran Sriwijaya Radio (Studi Pada Kecamatan kertapati kelurahan kemas Rindo RT. 10 RW.03)”, Skripsi. (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017) .

⁸ Mulkan Nazir, Drs. Amsal Amsal, M.Pd. Efektivitas Iklan Radio Berbahasa Aceh Terhadap Minat Beli Konsumen(Studi Pada Radio Megah Fm Kota Banda Aceh) accessed September 15, 2020, <http://jim.unsyiah.ac.id/>

⁹ Muzid et al. 2017. Sistem Penjadwalan Iklan Terintegrasi Pada Stasiun. Pdf,” accessed September 15, 2020, <https://eprints.umk.ac.id>

¹⁰ Dzulfiqar Dhlya’uddin Havis. 2018. Representasi Iklan Layanan Masyarakat “ Sadari Kanker Payudara” Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan. Skripsi. (Surabaya: UIN Sunan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengetahuan Masyarakat

Pengetahuan adalah suatu proses dimana seseorang berusaha untuk melakukan penginderaan terhadap sebuah objek tertentu. Pengamatan terjadi melalui panca indera manusia, baik dari penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Akan tetapi pengetahuan sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga.¹¹

1.3 Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah apakah intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM berpengaruh terhadap pengetahuan masyarakat Kampar ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM terhadap pengetahuan masyarakat Kampar.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian penulis harapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Kegunaan akademis
Mengembangkan ilmu komunikasi khususnya mengenai Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan layanan Masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM Dalam Meningkatkan Pengetahuan masyarakat Kampar Sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti guna memperdalam ilmu bidang komunikasi khususnya konsentrasi Broadcasting.
- 2) Kegunaan praktis
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran di bidang ilmu pengetahuan
 - b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya tentang pengaruh Intensitas mendengarkan Iklan layanan Masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM Dalam Meningkatkan Pengetahuan masyarakat Kampar dan sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami aplikasi teori – teori yang telah di peroleh dari bangku kuliah
 - c. Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

(Ampeh Surabaya)

¹¹ Notoatmodjo, S. 2007. Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni. Jakarta : Rineka Cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain atau temuan dalam penelitian ini maka akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal penelitian terdahulu sangat membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena penelitian memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Adapun di dalam kajian penelitian ini penulis tidak menemukan kajian yang sepenuhnya sama dengan judul yang ingin diteliti, tetapi cukup menjadi bahan acuan atau pedoman bagi peneliti sendiri, yaitu:

Tabel 2.1 : Kajian Terdahulu

NO	NAMA/TAHUN/JUDUL	TERBIT	HASIL	PERBEDAAN
1	Susi Riwayati/ 2017/ Pengaruh iklan layanan masyarakat memakai helm pada saat mengendarai roda dua terhadap perubahan sikap pendengar sriwijaya radio (studi pada kecamatan kertapati kelurahan kemas rindo RT.10 RW.03) ¹²	Skripsi Uin Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Hasil penelitian menemukan bahwa iklan layanan masyarakat “Helm” berpengaruh positif dalam perubahan sikap masyarakat Kecamatan Kertapati Kelurahan Kemas Rindo Rt 10 Rw 03	Perbedaan terletak pada variabel yang diteliti. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel perubahan sikap. Sementara variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel pengetahuan masyarakat.
2	Noor latifah, Putri kurnia handayani, syaiful muzid dan Yogi Andriawan/2017/ Sistem penjadwalan iklan terintegrasi pada stasiun radio suara Kudus untuk	Jurnal Simetris Universitas Muara Kudus Volume 8 No 1 tahun 2017	Hasil penelitian adalah sistem penjadwalan iklan terintegrasi untuk mengelola iklan yang masuk sampai dengan iklan tersebut ditayangkan	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian. Dimana metode penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif. Sementara penelitian yang diteliti menggunakan metode

¹² Susi Riwayati, “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pendengaran Sriwijaya Radio (Studi Pada Kecamatan kertapati kelurahan kemas Rindo RT. 10 RW.03)”, Skripsi. (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017) .

NO	NAMA/TAHUN/JUDUL	TERBIT	HASIL	PERBEDAAN
2	Hak cipta milik UIN Suska Riau			kuantitatif
3	Syahrizal/2018/ Pengaruh persepsi nilai dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung serta dampaknya kepada keputusan menabung pada perbankan syariah di Banda Aceh ¹³	Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1 tahun 2018	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi nilai dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung berpengaruh positif dan signifikan	Perbedaannya terletak pada variabel yang diteliti. Dimana variabel penelitian sebelumnya persepsi nilai. Sementara variabel yang diteliti peneliti yaitu iklan layanan masyarakat.
4	Aryo Sudiantoro/2011/ Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas iklan layanan masyarakat Bank Indonesia versi ingat 3D dan pengaruhnya terhadap sikap khalayak di kota Semarang pada periode januari hingga oktober 2010 ¹⁵	Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Fakultas Ekonomi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tarik iklan, kualitas pesan iklan dan frekuensi penayangan iklan berpengaruh positif terhadap efektivitas iklan baik secara parsial maupun simultan	Perbedaan terletak pada media yang digunakan. Penelitian yang akan diteliti menggunakan media radio
5	Dzulfiqar Dhlya'uddin Havis/	Skripsi Universitas	Hasil penelitian terdapat tanda di	Perbedaan dalam penelitian ini terletak

¹³ Syafiul Muzid et al., "Sistem Penjadwalan Iklan Terintegrasi Pada Stasiun Radio Suara Kudus Untuk Peningkatan Efektivitas Dan Efisiensi Produksi Siaran," *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer* 8, No. 1 (April 1, 2017): 369–76, <https://doi.org/10.24176/Simet.V8i1.1021>.

¹⁴ Syahrizal Syahrizal, "Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4, no. 1 (2018): 139–156.

¹⁵ Aryo Sudiantoro and Sutopo SUTOPO, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Bank Indonesia Versi Ingat 3d Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak Di Kota Semarang Pada Periode Januari Hingga Oktober 2010" (PhD Thesis, Universitas Diponegoro, 2011).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	NAMA/TAHUN/JUDUL	TERBIT	HASIL	PERBEDAAN
8	Hak cipta milik UIN Suska Riau 2018/ Refresentasi iklan layanan masyarakat sadari kanker payudara dalam perspektif komunikasi kesehatan ¹⁶	islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah dan Komunikasi Studi Ilmu Komunikasi	dalamnya dan di analisis melalui 3 wacana pokok yang di uraikan dalam 3 Element yang di sebut Pierce Teori segitiga makna atau Triangle Meaning	pada metode penelitian. Dimana metode penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif. Sementara penelitian yang diteliti menggunakan metode kuantitatif
9	Siti Wulandari/2019/ Efektivitas iklan EL'S coffee menggunakan epic model ¹⁷	Skripsi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Hasil penelitian dikatakan bahwa secara umum tingkat efektivitas iklan yang telah dilakukan oleh EL'S Coffee di media social instagram sudah efektif	Perbedaan terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian iklan EL'S Coffe. Sementa objek penelitian yang peneliti teliti yaitu iklan radio

2. Landasan Teori

2.2.1 Intensitas Mendengarkan

Intensitas mendengarkan radio yaitu suatu situasi dan kondisi saat individu melakukan aktivitas secara berulang-ulang dan memiliki frekuensi tertentu.¹⁸ Intensitas terdiri dua aspek yaitu aspek frekuensi yang merujuk pada tingkatan atau seberapa sering mendengarkan radio, lama mengakses yaitu waktu yang digunakan untuk mendengarkan radio. Sehingga semakin sering mendengarkan radio maka akan tinggi frekuensi dan intensitas mendengar, maka semakin familiar pendengar terhadap radio tersebut. Dengan demikian, dapat membentuk kesadaran konsumen (pendengar) terhadap radio tersebut.¹⁹

¹⁶ Dzulfiqar Dhlya'uddin Havis, "Representasi Iklan Layanan Masyarakat Sadari Kanker Payudara Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan" (PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

¹⁷ Wulandari, "Efektivitas Iklan El's Coffee Menggunakan Epic Model". Skripsi (Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2019).

¹⁸ Evellyn, V Priadi. Pengaruh Intensitas Mendengarkan Radio Terhadap Tingkat Pengetahuan Masyarakat Akan Peayanan PLN Di Kecamatan Jetis. (E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2015).

¹⁹ Kholidiyah, U. Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Kecerdasan

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

2.2.2 Komunikasi

Menurut Everet M. Rogers di dalam buku canggara yaitu seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat defenisi bahwa: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide yang di alihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”²⁰

2.2.3 Komunikasi massa

Menurut Jay Back dan Frederick C. Whitney dalam bukunya *introduction to Mass Communication* (1998) di katakan bahwa *Mass Communication* lebih menunjukkan pada media mekanis yang di gunakan dalam komumunikasi massa yakni media massa. Sementara itu, *Mass Communication* lebih menunjukkan pada teori atau proses teoretik. Atau bisa di katakan *Mass Communication* lebih menunjukkan pada proses dalam komunikasi massa.²¹

Masyarakat jaman sekarang membutuhkan suatu media massa seperti surat kabar, majalah, buku, radio, TV, dan flim. Media massa memiliki arti yang bermacam-macam bagi masyarakat dan memiliki banyak fungsi, melihat dalam segi politik ekonomi budaya dan kepentingan individu maupun kelompok yang perkembangan dalam masyarakat sekarang ini dan akan datang. Namun selain memiliki fungsi, media juga mempunyai banyak disfungsi, yakni konsekuensi yang tidak diinginkan masyarakat atau anggota masyarakat. Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Jelas berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat mekanik optik. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda waktu pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan radio siaran bagi komunikan ialah sifatnya yang santai. Orang bisa menikmati acara siaran radio sambil makan, sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil.

Enosi. Skripsi (Naskah Publikasi). (Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).

²⁰ Hafid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta (Rajawali Press, 2019).

²¹ Reza Tri S. 2019. *Pemaknaan Konglomerat Media Dalam Film Dokumenter Dibalik Frekuensi (Studi Resepi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 Praktikum Jurnalistik)*. Skripsi (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019)

2.2.4 Iklan

1) Pengertian Iklan

Menurut Kotler & Keller Iklan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi non personal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (Koran, dan majalah), Media penyiaran (Radio dan televise), media jaringan (telepon, kabel, satellite, wireless), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman website), dan media pameran (Billboard, papan petunjuk jalan, dan poster).²²

Menurut Howard Stephenson, *Advertising* (Iklan) adalah suatu kegiatan yang menggunakan sewa tempat pada salah satu media komunikasi, dimana suatu perusahaan memperkenalkan hasil produksi barang atau jasa yang baru, agar masyarakat mengetahui produksi barang atau jasanya yang baru. Periklanan merupakan sarana penyampaian pesan suatu produk atau jasa dari pengirim pesan (lembaga/produsen) ke penerima pesan (masyarakat) yang bersifat “ statis maupun dinamis” agar masyarakat terpancing, tertarik, tergugah untuk menyetujui, dan mengikuti. Penyampaian pesan secara tidak langsung di publikasikan melalui media massa atau media lain yang terbaca oleh masyarakat, sehingga mendapatkan reaksi dan aksi yang positif.

2) Sifat Iklan

Periklanan merupakan sarana penyampaian pesan suatu produk/jasa maupun social berdasarkan sifatnya iklan terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Iklan yang bersifat komersial, merupakan iklan yang mengomunikasikan hal yang bersifat perdagangan yang sering di sebut “iklan komersial”. Iklan komersial bertujuan mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa yang di muat di media massa dan media lain.

2. Iklan yang bersifat non – komersial, merupakan iklan yang mengomunikasikan tentang hal – hal yang bersifat social yang sering di sebut “iklan layanan masyarakat (ILM)”. ILM merupakan bagian dari kampanye *social marketing* yang bertujuan “menjual” gagasan atau ide untuk kepentingan layanan masyarakat (*public service*).²³

3) Indikator Iklan

Indikator Pengukuran iklan yang di gunakan adalah menurut Gitosudarmo Iklan yang menarik sehingga di ingat konsumen
Konsumen mengerti kandungan pesan iklan

²² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas,” Jakarta: Indeks, 2007, 500.

²³ Pujiyanto, *Iklan Layanan Masyarakat* (Yogyakarta: Andi, 2013), 3–4.

3. Informasi yang di sampaikan dalam iklan sesuai dengan mutu produk²⁴

Menurut Wibisono, suatu iklan dapat dikatakan ideal apabila iklan tersebut :

Dapat menimbulkan perhatian

Iklan yang ditayangkan hendaknya dapat menarik perhatian. Oleh karena itu iklan harus dibuat dengan gambar yang menarik, kata kata yang mengandung jaminan, serta menunjukkan kualitas produk yang diiklankan.

Menarik

Iklan yang diberikan kepada masyarakat harus dapat menimbulkan perasaan ingin tahu dari konsumen untuk mengetahui merek yang diiklankan lebih mendalam, dan biasanya dilakukan dengan menggunakan figur yang terkenal di sertai dengan alur cerita yang menarik perhatian.

Dapat menimbulkan keinginan

Selain dapat menimbulkan perhatian dan menarik, sebuah iklan yang baik juga seharusnya dapat menimbulkan keinginan dalam diri konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk mengetahui motif dari pembelian konsumen , sebab dengan mengetahui motif dari pembelian konsumen, perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.. Dan melalui manfaat yang ditawarkan lewat iklan, perusahaan berharap untuk dapat mempengaruhi sikap konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong atau menimbulkan keinginan konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan.

4. Menghasilkan suatu tindakan

Setelah timbul keinginan yang kuat, maka konsumen akan mengambil tindakan untuk membeli merek yang diiklankan. Dan jika konsumen merasa puas melakukan pembelian ulang produk tersebut.²⁵

22.5. Iklan Layanan Masyarakat

1. Pengertian Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat (bahasa inggris: *public service announcement* atau di singkat PSA) adalah iklan yang menyajikan pesan – pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Iklan layanan masyarakat adalah salah satu upaya untuk mempersuasi masyarakat dengan cara mengajak dan mengimbau mereka untuk mengerti, menyadari, turut memikirkan, serta menempatkan psisinya agar tidak larut dan terjerumus dengan permasalahan.

²⁴ Gitosudarmo Indriyo, “Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Kedua,” Penerbit: BPFE–Yogyakarta, 2012.

²⁵ Dermawan Wibisono, *Managemen Kinerja Korporasi & Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator* (Jakarta: Erlangga, 2012).

2) Konsep Iklan Layanan Masyarakat

Supaya iklan layanan masyarakat dapat di terima oleh masyarakat, tentu membutuhkan konsep yang baik dan di perlukan pengetahuan yang luas, mampu mengkaji serta memilih data tentang audiens dan tema yang hangat yang ada di dalam masyarakat itu sendiri, serta ilmu yang berhubungan dengan kemanusiaan seperti antropologi, sosiologi, psikologi, serta ilmu komunikasi, pengetahuan bahasa baik itu verbal maupun visual, kemampuan merancang, dan mampu mengatur elemen – elemen desain dalam karya ILM.

Rhenald kasali (1995) mengatakan bahwa sebelum menciptakan ILM perlu melakukan langkah – langkah identifikasi masalah serta pemilihan dan analisis kelompok sasaran, yaitu:

1. Menganalisis kebutuhannya, suasana psikologi dan sosiologi yang melingkupinya, bahasanya, jalan pikirannya, serta simbol – simbol yang dekat dengannya.
2. Menentukan tujuan khusus ILM tentang apa yang harus di capai dalam kampanye tersebut. Tujuan menyangkut penambahan jumlah yang di layani klien sampai peningkatan kesadaran masyarakat terhadap adanya organisasi atau program – program khusus.
3. Menentukan tema ILM. Tema ILM adalah topik pokok atau *selling point* yang ingin di tuju oleh ILM. Suatu tema ILM harus berpusat pada topik atau dimensi program yang sangat penting bagi klien.
4. Perencanaan media yang meliputi identifikasi media yang ada dan tersedia, memilih media yang cocok dan dapat di gunakan, dan menentukan waktu dan frekuensi pemuublikasian.²⁶

3) Fungsi Iklan Layanan Masyarakat

a) Informasi

Sebagai fungsi utama dicetuskannya iklan layanan masyarakat yaitu sebagai media untuk menyampaikan berbagai informasi yang memungkinkan hal tersebut bisa mengatasi masalah yang ada dalam masyarakat selama ini. Dengan iklan layanan ini pihak pemerintah juga bisa menjadikan iklan ini sebagai media menyampaikan program dan aktivitas yang dilakukan pemerintah dalam bentuk sosial maupun lainnya. Dengan begitu program dan aktivitas pemerintah bersifat tidak transparan. Namun iklan ini tidak bisa digunakan sebagai media berkampanye.

b) Peningat

Sudah disebutkan di atas bahwa jenis iklan ini digunakan untuk menyampaikan program yang sedang dilakukan oleh pemerintah. Maka selain itu dengan media iklan ini bisa mengingatkan pada masyarakat luas mengenai program yang sedang dijalankan oleh pemerintah. Sehingga dengan iklan ini

²⁶ Pujiyanto, *Iklan Layanan Masyarakat*, (Yogyakarta: CV Andi Offst, 2013) 3–10.

bisa menghubungkan antara pemerintah dengan masyarakat mengenai berbagai program yang telah dikeluarkan oleh pemerintah sendiri.

c) Pembujuk

Selain bersifat mengingatkan, iklan jenis ini juga bisa berfungsi sebagai perantara untuk membujuk masyarakat luas agar lebih aktif lagi terhadap berbagai program yang sudah dikeluarkan oleh pemerintah. Contoh program pemerintah yang termasuk iklan layanan masyarakat adalah BPJS, KB, KTP elektronik, pajak dan program lainnya.

d) Adding Value

Selain fungsi di atas, iklan layanan masyarakat juga berfungsi sebagai media untuk memberikan nilai tambah pada suatu acara atau program yang dilaksanakan sesuai dengan persepsi dan gagasan masyarakat. Sehingga dengan adanya ini maka pihak pemerintah bisa melakukan penilaian terhadap respon yang diberikan oleh masyarakat.²⁷

4) Indikator Iklan Layanan Masyarakat

- Terjangkau
- Hemat
- Waktu yang sangat singkat
- Jelas
- Mudah
- Pengaruh sosial.²⁸

2.2.6 Radio

1) Pengertian radio

Radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara misalnya mendengarkan berita. Pengertian radio menurut James Maxwell yang mendapat julukan “*Scientific Father of Wireles*”, mengatakan “Radio adalah suatu gerakan magnetik yang dapat mengarungi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya 186.000 mil/detik”.

Radio merupakan salah satu kemajuan teknologi komunikasi harus dapat menggunakannya sebaik mungkin, karena dengan siaran- siaran yang disajikan informasi akan mudah dan cepat diterima oleh masyarakat. Faktor-faktor penunjang efektivitas siaran, antara lain:

1) Daya langsung

Untuk mencapai sasarannya yaitu pendengar. Isi program yang akan

²⁷ Pujiyanto, *Iklan Layanan Masyarakat* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013)

²⁸ Susi Riwayati, “*Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pendengaran Sriwijaya Radio*”. (Studi Pada Kecamatan Kertapati Kelurahan Kemas Rindo Rt 10 Rw 03). Skripsi. (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks.

2) Daya tembus

Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapai.

3) Daya tarik

Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat, daya tarik dari radio siaran adalah disebabkan sifatnya yang serba hidup, berkat tiga unsur yang ada yaitu : musik, kata-kata, efek suara. Adanya ketiga unsur tersebut akan membuat acara radio menjadi lebih hidup sehingga dapat dengan mudah ditangkap dan dinikmati oleh pendengar.

2) Karakteristik Radio

Radio merupakan salah satu media komunikasi sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio mempunyai sifat yang khas yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Radio bersifat auditif terbatas pada suara atau bunyi yang menerpa pada indra. Karnanya tidak menuntut khalayak memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Begitu sederhananya untuk menikmati sajian radio. Ada 4 aspek yang menjadi karakteristik radio, diantaranya²⁹:

- (a) Audience Selectivity
- (b) Radio adalah Media Intrusif
- (c) Biaya Produksi yang Rendah
- (d) Radio adalah Media yang fleksibel
- (e) Radio bukan Media Musiman
- (f) Radio adalah Media yang Murah
- (g) Imajinatif
- (h) Radio bersifat Mobil
- (i) Suburban Coverage
- (j) Menghanyutkan Pendengar

2.2.7 Peningkatan Pengetahuan

1) Pengertian Peningkatan Pengetahuan

Pengetahuan adalah suatu proses dimana seseorang berusaha untuk melakukan penginderaan terhadap sebuah objek tertentu. Pengamatan terjadi melalui panca indera manusia, baik dari penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Akan tetapi pengetahuan sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga

²⁹ Antonius Doi Dori. *Upaya-Upaya Yang Dilakukan Stasun Radio Dalam Menjaring Pemasang Iklan Kepada Pendengar (Sutu Studi Pada Pt Radio Chakra Bhuwana Malang)*. Jisip: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 1. No 1. 2012.

2) Indikator Peningkatan Pengetahuan

Dalam perspektif yang beragam, pengetahuan dapat dilihat dari berbagai perspektif :

1. Pengetahuan sebagai sebuah kondisi pikiran. Pengetahuan telah banyak dilukiskan sebagai kondisi atau fakta dari mengetahui (a state or fact of knowing). Pandangan tentang pengetahuan sebagai kondisi dari pikiran menitikberatkan kemampuan individu untuk mengembangkan pengetahuan personal mereka dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut sesuai kebutuhan.
2. Pengetahuan sebagai sebuah objek. Pengetahuan juga sering dipandang sebagai objek. Pandangan ini menyatakan bahwa pengetahuannya merupakan sesuatu yang dapat disimpan dan dimanipulasi (misalnya objek). Pengetahuan dapat disimpan dalam catatan-catatan, buku, CD, dan dokumen-dokumen lainnya.
3. Pengetahuan sebagai sebuah proses. Pandangan ini menitikberatkan pada aplikasi pengetahuan. Dengan pengetahuan yang dimiliki, seseorang akan melakukan tindakan berdasarkan pengetahuan tersebut.
4. Pengetahuan sebagai sebuah kondisi untuk mendapatkan pengetahuan. Pandangan ini melihat pengetahuan sebagai sebuah kondisi dalam mengakses informasi.
5. Pengetahuan sebagai sebuah kapasitas. Pengetahuan dapat dipandang sebagai kemampuan yang secara potensial dapat mempengaruhi tindakan di masa dating. Tidak hanya sebatas pada kemampuan seputar tindakan tertentu, tetapi juga kemampuan untuk menggunakan informasi, pembelajaran, dan pengalaman yang menghasilkan kemampuan untuk menginterpretasi dan menemukan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.³⁰

2.8 Teori S-O-R

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R (Stimulus, Organisme, Respon). Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-organisme-Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap,opini,perilaku,kognisi,afeksi dan konasi. Menurut model ini organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi. Stimulus Response Theory atau S-R theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengansumsi bahwa

³⁰ Nurul Saraswati, “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)”. (PhD Tesis, UIN Walisongo, 2016).

kata-kata verbal, isyarat non verbal, symbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.³¹

Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermicneedle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori ini tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.³²

Adapun keerkaitan model S-O-R dalam penelitian ini yaitu mendengarkan pesan iklan sebagai stimulus, pendengar sebagai organisme dan peningkatan pengetahuan tentang Covid-19 sebagai respon.

2.3 Konsep Operasional

Operasional variabel dapat didasarkan pada satu lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut. Definisi operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris (IE) yang meliputi:

Tabel 2.2 Konsep Operasional Pengaruh Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat terhadap Peningkatan Pengetahuan

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1	Intenitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat	Frequensi	1. Tingkat sering mendengarkan	S
		Lama mendengarkan	1. Waktu dalam mendengarkan dalam sehari	K
		Fleksibilitas	1. Mudah dimengerti 2. Lama iklan singkat 3. Sederhana	A
		Mental Imagery	1. mendorong rasa Rasa ingin tahu	L
		Promosi Terpadu	1. Pengaruh sosial	A
2	Peningkatan Pengetahuan	Tahu (<i>Know</i>)	1. Mengingat suatu materi	L
		Memahami	1. Kemampuan tentang objek	

³¹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2014) hlm. 12

³² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1.	© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Aplikasi	1. Kemampuan tentang materi	I
		Analisis	1. Kemampuan menjabarkan materi	K
		Sintesis	1. Kemampuan meletakkan bagian-bagian materi	E
		Evaluasi	1. Kemampuan melakukan penilaian terhadap materi	R T

Berdasarkan operasional diatas dapat dijelaskan bahwasanya indikator variabel Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat yaitu hasil modifikasi dari dua mengacu kepada Riwayati (2017)³³ dan Kolidiyah (2013)³⁴. kemudian variabel peningkatan kemampuan mengacu kepada Mubarak dalam (Herlina, 2019)³⁵.

2.3.1 Indikator Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat

1. Frekuensi

Intensitas kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong minat orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut. Aspek frekuensi merujuk pada tingkatan atau seberapa sering masyarakat/subjek mendengarkan iklan layanan masyarakat Covid-19 di Radio.³⁶

2. Lama mengakses/mendengarkan

Kekuatan iklan layanan masyarakat melalui radio adalah bersedianya audiensi untuk mendengarkan iklan layanan masyarakat dalam waktu yang lama. Aspek ini mempunyai arti penting karena berapa lama waktu yang digunakan untuk bermain.³⁷

³³ Riwayati, "Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pendengaran Sriwijaya Radio.2017. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi: Universitas Islam Negeri Negeri Raden Fatah Palembang, 2017)

³⁴ Kholidiyah, U. Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Kecerdasan Emosi. Skripsi (Naskah Publikasi). (Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).

³⁵ Heni Herlina. Perbedaan Pendidikan Kesehatan Denan Media Leaflet Dan Audiovisual Terhadap Pengetahuan Keluarga Dalam Pencegahan Infeksi Pada Anak Post Operasi Di Ruang Bedah Anak RSUD Dr. H. Abdul Moeloek Peovinsi Lampung. Skripsi (Tanjungkarang: Poltekker Tanjung Karang, 2019)

³⁶ Kholidiyah, U. Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Kecerdasan Emosi. Skripsi (Naskah Publikasi). (Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).

³⁷ Kholidiyah, U. Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Online Dengan Kecerdasan Emosi. Skripsi (Naskah Publikasi). (Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fleksibel

Iklan layanan masyarakat melalui radio merupakan media untuk beriklan yang paling fleksibel dibandingkan media lain karena pemasang iklan dapat mengajukan pemasang iklan atau dapat melakukan perubahan terhadap meteri iklan hanya dalam periode beberapa menit sebelum iklan ditayangkan. Iklan layanan masyarakat melalui radio dapat dibuat dan dijadwalkan siarannya dalam waktu yang sangat singkat. Dengan demikian, pemasang iklan layanan masyarakat dapat dengan mudah menyesuaikan isi iklannya dengan situasi pasar setempat.

4. Mental Imagery

Radio memang tidak memiliki kemampuan menunjukan sebagai media yang memiliki kemampuan visual lain namun iklan layanan masyarakat melalui radio dari satu produk yang sebelumnya ditayangkan di televisi akan membuat orang membayangkan gambaran visual. Sebagaimana yang dilihatnya di televisi. Dengan demikian audiensi, mendengarkan pesan suara iklan layanan masyarakat dari pesawat radio sementara visualisasinya diciptakan didalam otak audiensinya.

5. Promosi Terpadu

Radio dapat memberi kesempatan pada pemasang iklan karena dapat menyediakan berbagai peluang dalam pemasaran terpadu. Stasiun radio biasanya memiliki penggemar dan komunitasnya sendiri dan terkadang menjadi bagian integral dari suatu komunitas. Pemasang iklan layanan masyarakat dapat menggunakan stasiun radio dan para personelnnya untuk lebih mendekati diri kepada khalayak (pasar) lokal dan menggunakan kesempatan itu untuk mempengaruhi pengeceran lokal. Perusahaan memasang iklan layanan masyarakat dapat melibatkan stasiun radio dalam kegiatan promosi penjualan dimana stasiun radio melaksanakan siaran lokal langsung dari lokasi penjualan dalam upaya untuk menarik konsumen untuk datang. Pemasang iklan layanan masyarakat juga menjadi sponsor dari liputan siaran langsung yang dilaksanakan stasiun radio atas berbagai kegiatan, seperti olahraga, festival, atau pariwisata menarik lainnya.³⁸

3.2 Peningkatan Pengetahuan

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya, mengingat kembali termasuk (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan atau rangsangan yang diterima.

2. Memahami (*comprehension*)

³⁸ pijianto, *Iklan Layanan Masyarakat*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara luas.

3 Aplikasi (*aplication*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi yang nyata.

4 Analisis (*analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam suatu struktur organisasi dan masih ada kaitannya satu sama lain.

5 Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

6 Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.

Namun secara umum tujuan periklanan tersebut untuk memberikan informasi tentang produk yang diiklankan (*informing*), membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan (*persuading*), menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen (*reminding*), memberi nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen (*adding value*), dan sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran (*assisting*). Pada taraf minimum, iklan yang efektif memiliki beberapa pertimbangan berikut:³⁹

1. Iklan harus memperpanjang suara strategi pemasaran. Iklan bisa jadi efektif hanya bila cocok dengan elemen lain dari strategi komunikasi pemasaran yang diarahkan dengan baik dan terintegrasi.
2. Periklanan yang efektif harus menyertakan sudut pandang konsumen. Para konsumen membeli manfaat-manfaat produk, bukan atribut. Oleh karena itu, iklan harus dinyatakan dengan cara yang berhubungan dengan kebutuhan, keinginan, serta apa yang dinilai oleh konsumen.
3. Periklanan yang efektif harus persuasif. Persuasi biasanya terjadi ketika produk yang diiklankan dapat memberikan keuntungan tambahan bagi konsumen.
4. Iklan harus menemukan cara yang unik untuk menerobos kerumunan iklan. Para pengiklan secara kontinyu berkompetisi dengan para pesaingnya dalam menarik perhatian konsumen.

³⁹ Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. 5 ed. Jakarta: Erlangga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

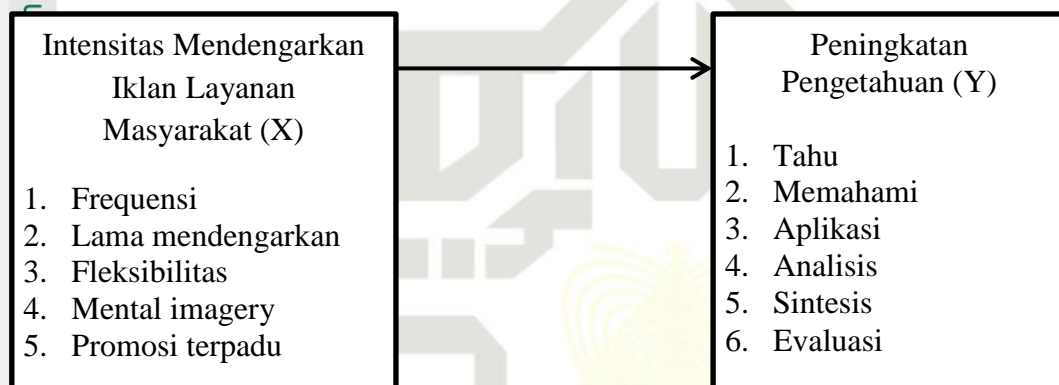
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan yang baik tidak pernah menjanjikan lebih dari apa yang bisa diberikan. Intinya adalah menerangkan dengan apa adanya, baik dalam pengertian etika serta dalam pengertian bisnis yang cerdas.

Iklan yang baik mencegah ide kreatif dari strategi yang berlebihan. Tujuan iklan adalah mempersuasi dan mempengaruhi. Penggunaan humor yang tak efektif mengakibatkan orang hanya ingat humornya saja, tetapi melupakan pesannya.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.⁴⁰

- H₁ : Diduga intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 di Radio Swara Kampar 103.8 FM berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar
- H₂ : Diduga intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 di Radio Swara Kampar 103.8 FM tidak berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

⁴⁰ Prof Dr, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (CV. Alfabeta, Bandung, 2012).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang bertumpu pada filosofi positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif non-experimental yang menggambarkan hal-hal yang telah terjadi dan menguji hubungan antara hal-hal tanpa manipulasi kondisi secara langsung. Dalam desain penelitian kuantitatif, peneliti berusaha untuk menemukan jawaban dari masalah penelitian. Desain penelitian ini cocok untuk penelitian ini karena memenuhi karakteristik penelitian kuantitatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Penelitian ini dimulai sejak bulan Maret-April 2021.

3.3 Pupulasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini ada masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar sebanyak 25.464 berdasarkan data BPS tahun 2019.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴¹. Menurut Roscoe dalam Sugiono (2014) acuan umum ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability sampling, yang kemudian menggunakan metode *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu⁴². Pertimbangan atau kriteria – kriteria yaitu :

- 1) Masyarakat Kecamatan Kuok
- 2) Mendengarkan Radio Swara Kampar 103,8 FM

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 81.

⁴² Sugiyono, 124.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan data dari radio swara Kampar 103,8 FM bahwa yang mendengarkan radio tersebut sekitar 10.000 orang perharinya. Sedangkan populasi orang yang mendengarkan radio swara Kampar 103,8 FM di Kecamatan Kuok diperkirakan 100 orang. maka dalam penelitin ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 sampel. Yaitu 10% dari sampel seluruhnya yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan.⁴³

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab⁴⁴ Kuisisioner yang akan disebarakan akan diberikan kepada masyarakat Kabupaten Kampar.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁴⁵ Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corected Item to Total Corelation* atau nilai r_{hitung} harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r_{hitung} lebih kecil dari 0.3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.⁴⁶

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁴⁷ SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60.⁴⁸ Metode yang digunakan *Cronbach's Alpha* yaitu metode menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014)

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011).

⁴⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 52.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*.

⁴⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 47.

⁴⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016).

Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,6 ($r > 0.6$).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menentukan besar rata-rata, distribusi, frekuensi dan pembuatan histogram dari variabel penelitian yang mencangkup pengaruh intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di radio swara Kampar 103.8 FM dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Kampar.

Untuk keperluan analisis deskriptif, maka jawaban diberi nilai antara 1-5 yaitu:

1. Jawaban sangat setuju/ sangat sering diberi bobot 5
2. Jawaban setuju/ sering diberi bobot 4
3. Jawaban kurang setuju/ cukup sering diberi bobot 3
4. Jawaban tidak setuju/ tidak sering diberi bobot 2
5. Jawaban sangat tidak setuju/ sangat tidak sering diberi bobot 1

Untuk mendapatkan kecendrungan jawaban responden masing-masing variabel akan didasarkan pada rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Label skala = $5 - 1/5 = 0,8$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

1.00-1.80 = sangat rendah

1.81-2.60 = rendah

2.61-3.40 = cukup

3.41-4.20 = tinggi

4.21-5.00 = sangat tinggi⁴⁹

3.6.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar prestasi penilaian dapat dibuat kesimpulan pengujian hipotesis secara generalisasi. Untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen diolah dengan uji regresi linier sederhana melalui program SPSS Versi 22. Sebelum melakukan analisis data ada syarat yang harus dilakukan yaitu :

⁴⁹ Dr, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan sebuah uji yang harus dilakukan untuk melihat populasi yang diteliti homogen atau tidak dengan ketentuan signifikansi yang diperoleh >0.05.

Uji Normalitas

Sebelum menganalisis data, maka data dari tes harus diuji normalitasnya dengan ketentuan jika nilai signifikansi yang diperoleh >0.05.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan alat bantu dengan menggunakan aplikasi Statistical Product And Service Solution (SPSS) versi 20 yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

Metode yang digunakan adalah pengolahan data dengan menggunakan regresi linear sedarhana. Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh variable X terhadap variabel Y.

Rumus
$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Pengetahuan Masyarakat
- a = Nilai Konstanta
- b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang di dasarkan variabel X
- X = Variabel independen (intensita mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat

3.7.2 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2012) koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.⁵⁰

3.7.3 Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2012) digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut ;

Jika nilai probabilitas signifikansi $>0,05$ maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai probabilitas signifikansi $<0,05$ maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak dan mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁵¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵⁰ Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

⁵¹ Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. SEJARAH SINGKAT RADIO SWARA KAMPAR

Radio Swara Kampar, satu-satunya radio milik Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar yang berada dibawah naungan Dinas Komunikasi, Infomatika dan Persandian Kabupaten Kampar, Radio Swara Kampar berdiri sejak 1 Juni 1986 dengan masih menggunakan nama RPKD " Radio Pemerintah Daerah Kampar dan diubah lagi dengan nama RSPD " Radio Siaran Pemerintah Daerah" tahun 2001 dan selanjutnya menggunakan nama Radio Swara Kampar. Melalui Perda Kabupaten Kampar No. 4 Tahun 2011, terhitung sejak tanggal 13 Mei 2011, Radio Swara Kampar ditetapkan menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL setelah sebelumnya diubah namanya menjadi LPP Lokal Radio Swara Kampar. LPP Lokal Radio Kampar Juga telah mendapatkan Izin Prinsip sementara Penyelenggaraan Penyiaran dengan Izin Menkominfo Nomor 481 Tahun 2016 tanggal 15 Maret 2016

4.2. MAKSUD DAN TUJUAN PENDIRIAN RADIO

LPP Lokal Radio Swara Kampar merupakan Radio Pemerintah Kabupaten Kampar FM 103,8 MHz yang merupakan salah satu media elektronik milik Pemerintah Kabupaten Kampar , saat ini diberi nama **Radio Swara Kampar**, dengan sistem manajemennya swasta. keberadaan Radio Swara Kampar diharapkan dapat menjadi media penyebar informasi seputar pembangunan di kabupaten Kampar dan sebagai sarana menyampaikan aspirasi masyarakat kepada Pemerintah Daerah, sekaligus mitra bagi pengusaha untuk mempromosikan usahanya, dengan penyelenggaraan penyiaran Radio yang bersifat Independen, netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

4.3. VISI RADIO & MISI RADIO

Adapun visi *Radio Swara Kampar* adalah "Menjadikan Radio Swara Kampar sebagai Media Informasi terdepan, terpercaya dan Edukatif". Sedangkan misinya adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan siaran yang bernilai edukatif, informatif, dan menghibur masyarakat.
- 2) Mengembangkan program untuk mengedukasi masyarakat dengan dilandasi nilai-nilai sosial budaya sesuai dengan tuntutan jaman untuk pendengar segmen keluarga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Menjalin kemitraan bisnis yang sinergis terpercaya dan saling menguntungkan.
- 4) Meningkatkan profesionalisme dalam manajemen radio.
- 5) Mengikuti perkembangan teknologi secara terus menerus untuk mendukung penyelenggaraan siaran.
- 6) Senantiasa membina SDM sesuai tuntutan profesional di bidangnya.
- 7) menyebarkan informasi pembangunan yang berbasis "Membangun Desa, Menata Kota" kepada masyarakat kabupaten Kampar.

4.4. DASAR HUKUM PENDIRIAN RADIO

Berdasarkan UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada bagian Keempat tentang Lembaga Penyiaran Publik Pada Pasal 14 dijelaskan bahwa lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Atas dasar itulah dikeluarkannya Peraturan Daerah Kab. Kampar No. 4 Tahun 2011 tentang pembentukan LPP Lokal Swara Kampar, dalam ketentuan umum Bab 1 Pasal 1 menyebutkan bahwa LPP Lokal Radio Swara kampar merupakan lembaga yang didirikan oleh Pemerintah Daerah Kab. Kampar yang didalamnya terdapat unsur Bupati Kampar, DPRD Kab. Kampar dan diketahui lembaga yang berada di lingkungnya masing-masing.

4.5. PROGRAM SIARAN

Dengan waktu siaran sebanyak 18 Jam (06.00-24.00 Wib) Program siaran sebanyak 15 Program yang mengudara dalam masa waktu sehari, berikut Program Siaran Radio Swara Kampar :

1. Siraman Qalbu

Ceramah Agama, lagu religi Islami, serta kegiatan pembacaan Al-Qur'an (Mengaji) disajikan dikala fajar mulai menyongsing dan itu mengudara pada kala Shubuh hari.

2. Informasi Dan Motivasi Pagi

Dibuka dengan lagu Indonesia Raya, diteruskan dengan ragam kata-kata mutiara serta berbagai ungkapan untuk motivasi kerja yang menghiasi dalam melangkah sesuatu untuk memulai pekerjaan pagi, itu disajikan pada pukul : 06.00 - 07.00 Wib.

3. Kampar Hari Ini

Berisikan informasi seputar daerah Kabupaten Kampar mulai dari advetorial Pemkab Kampar, pembangunan dan kehidupan masyarakat Kampar yang diupdate setiap hari dan mulai diperdengarkan pada pukul

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

07.00 - 08.00 Wib.

4. Berita Daerah Kampar

Informasi-informasi seputar berita-berita negeri Seribu Suluk yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar hadir pada jam 08.00 - 08.30 Wib

5. Berita Nasional

Seputar hal-hal menarik tentang berita nasional yang menarik dan diperbaharui pada setiap hari sehingga bisa kita dengarkan info terhangat yang santai, hadir pada pukul : 08.30 - 09.00 Wib.

6. Musinfo RSPD

Musik dan Info RSPD berisikan beragam informasi seputar bedah lagu dan dendang lagu hits populer, setiap hari hadir dengan topik yang berbeda seperti musik yang diselingi dengan info Kesehatan, Ekonomi, Pendidikan, Fashion, Info Religi, Dunia Anak atau Dongeng serta Kuliner. acara ini juga hadir pada jam : 09.00 - 10.00 Wib.

7. Ragam Informasi

Program siaran Ragam Informasi ini memuat berbagai kegiatan-kegiatan yang terpublikasikan lewat sumber-sumber media yang lain, juga berisikan informasi yang bisa menambah referensi bagi setiap pendengar mengudara pada pukul : 10.00 - 11.00 Wib.

8. Musik Pelepas Lelah (Nostalgia)

Lagu-lagu nostalgia yang dihadirkan lewat program siara musik santai pelepas lelah, disajikan dengan kemasan yang menghibur dikala siang hari, mengudara tepat pada pukul : 11.00 - 13.00 Wib

9. Fresh Music

Musik populer yang dipadu dengan lagu-lagu hits nasional dan mancanegara, dengan tema yang berbeda-beda setiap harinya seperti Musik India, Inggris, Indonesia, Korea, Arab dan Malaysia. tersajikan pada jam : 13.00 - 14.00 Wib.

10. Ocu Badendang

Siaran yang menjadi program unggulan dan cukup banyak pendengar yang apresiatif dengan menghadirkan lagu-lagu OCU Hitz dan terpopuler saat ini. program yang memberikan ruang bagi para pendengar lewat Request lagu (request by phone) secara live sehingga interaksi antara penyiar dan pendengar tersalurkan demi

memenuhi kebutuhan ruang dengar informasi masyarakat Kampar dan sekitarnya, diperdengarkan pada pukul : 14.00 - 16.00 Wib.

11. Pelangi Senja

Ragam informasi yang bisa dijadikan bahan referensi bagi para pendengar yang memuat topik mengenai Pertanian, wirausaha, teknologi, budaya Kampar, Seputar Kajian Islam, ekstrakurikuler di Sekolah-sekolah, serta suara inspirasi dari para tokoh-tokoh dan panutan di Kampar. program dengan langsung dialog dengan narasumber yang memberikan sekelumit ceritera berkaitan dengan topik yang telah disiapkan. mengudara pada pukul ; 16.00 - 17.00 Wib.

12. Nuansa Islami (Voice Of Islam)

Dengan memberikan informasi seputar kajian-kajian Islami yang menyentuh bagi para kalangan masyarakat Kampar, sehingga radio sebagai sentral penyebar informasi kepada masyarakat bisa terwujudkan salah satunya lewat dakwah-dakwah Islami dan itu sejalan dengan program pemerintah yang fokus terhadap semua aspek salah satunya keagamaan di Kampar. acara ini disajikan pada pukul ; 17.00 - 19.00 Wib.

13. Lagu Daerah

Menyajikan berbagai lagu-lagu daerah seperti lagu daerah dengan topik Dendang Melayu, Campursari, Mandailing (Marsombuh Sihol), Minang Maimbau, Dendang Kampar, serta Seni Jawa. hadir tepat pada jam : 19.00 - 20.00 Wib.

14. Berita Daerah Malam

Informasi-informasi seputar berita-berita negeri Seribu Suluk yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar, disajikan pada malam hari dengan ringkasan berita disiang hari, hadir pada pukul : 20.00 - 20.30 Wib.

15. Pilihan Pendengar

Program siaran yang disingkat dengan Pilpen disajikan dengan live interaktif bersama pendengar dan juga menghadirkan ragam program yang cukup memberikan nuansa yang aktif seperti Pantun yang diiringi dengan lagu, Nostalgia, Kisah-kisah seru, Curhat, Karadio (Karaoke lewat telepon interaktif Radio), Liputan Car Free Night atau Karaoke Live di Radio Kampar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.6. PENDENGAR

Pendengar Radio Swara Kampar 103,8 FM terdiri dari berbagai kalangan jika diklasifikasi berdasarkan Jenis Kelamin Yaitu :

- Laki-Laki (*Male*) : 50 %
- Perempuan (*Female*) : 50%

Sedangkan menurut tingkat Golongan masyarakat seperti :

- Masyarakat kelas atas : 10 %
- Masyarakat kelas menengah : 40 %
- Masyarakat biasa : 50 %

4.7. COVERAGE AREA

LPP Lokal Radio Swara Kampar memiliki peralatan yang memadai untuk melakukan sistem penyiaran dengan Radius pemancar mencapai 100-150 Km/ 60-100 Km Sentripetal, dengan daya pemancar 2000 Watt dan dibantu dengan sistem streaming radio untuk menjangkau wilayah yang cukup luas. Kedepan Radio dengan Tagline *Radio Masyarakat Kampar* ini bisa lebih meningkatkan sistem penyiaran dengan didukung oleh teknis yang sangat memadai dan mampu menyesuaikan dengan Standar Penyiaran Nasional.

4.8. PETA LOKASI RADIO

Radio Swara Kampar berkantor di Jl. HR. Sobrantas.S Kelurahan langgini Bangkinang Kota Kabupaten Kampar, Prov. Riau 28012 mengudara dari Dataran Tinggi Komplek Perkantoran Bupati Kampar.



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil statistik menunjukkan bahwa intensitas audience mendengarkan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel pengetahuan masyarakat di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Variabel yang mempengaruhinya adalah variabel intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat di Kabupaten Kampar.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini adalah saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh intensitas mendengarkan iklan layanan masyarakat di Radio Swara Kampar 103.8 FM dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Kampar. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variable intensita mendengarkan iklan layanan masyarakat dengan menggunakan Variable yang berbeda.
2. Untuk pemerintah Kabuapten Kampar, diharapkan agar mampu bekerja sama dengan pihak pengelola Radio Swara Kampar 103.8 FM untuk mengembalikan fungsi radio di tengah-tengah masyarakat sebagai pemberi informasi bagi masyarakat yang tidak melek terhadap teknologi canggih seperti saat ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, Wahyu, and Sutopo Sutopo. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Pada Media Televisi (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda)." PhD Thesis, Universitas Diponegoro, 2010.
- Cangara, Hafid. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2000.
- Dori, Antonius Doi. "Upaya-Upaya Yang Dilakukan Stasiun Radio Dalam Menjaring Pemasang Iklan Kepada Pendengar (Suatu Studi Pada Pt. Radio Chakra Bhuwana Malang)." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 1, no. 1 (2015).
- Dr. Prof. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung, 2008.
- Triani, Winda Ayu Cahya. "Analisis Tindak Tutur Dalam Wacana Iklan Radio." *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 8, no. 1 (2019): 51–59.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Hastuti, Sri. "Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2013): 67.
- Hawis, Dzulfiqar Dhlya'uddin. "Representasi Iklan Layanan Masyarakat Sadari Kanker Payudara Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan." PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Indriyo, Gitosudarmo. "Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Kedua." Penerbit: BPFE–Yogyakarta, 2012.
- Irawan, Dedi. Pimpinan Radio Swara Kampar 103,8 FM, Pebuari 2020.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas." Jakarta: Indeks, 2007.
- Muzid, Syafiul, Noor Latifah, Putri Kurnia Handayani, and Yogi Andriawan. "Sistem Penjadwalan Iklan Terintegrasi Pada Stasiun Radio Suara Kudus Untuk Peningkatan Efektivitas Dan Efisiensi Produksi Siaran." *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer* 8, no. 1 (April 1, 2017): 369–76. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i1.1021>.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nazir, Mulkan, and Amsal Amri. "Efektivitas Iklan Radio Berbahasa Aceh Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Radio Megah Fm Kota Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik* 2, no. 3 (October 5, 2017). <http://jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/3764>.
- Pujianto. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.v Andi Offset, 2013.
- Pujianto. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sasi Riwayati, "Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pendengaran Sriwijaya Radio (Studi Pada Kecamatan kertapati kelurahan kemas Rindo RT. 10 RW.03)", Skripsi. (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017) .
- Saad, Syamsidah, and Raja Masittah Raja Ariffin. "Makna Tersurat Dan Tersirat Dalam Iklan Di Radio Berdasarkan Teori Imej." *International Journal of Language Education and Applied Linguistics*, 2014.
- Saraswati, Nurul. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)." PhD Thesis, UIN Walisongo, 2016.
- Sjuchro, Dian Wardiana, Fajar Hariyanto, Eka Yusup, and Zainal Abidin. "Program Siaran Radio Pemerintah Sturada 104.00 FM dalam Memenuhi Kebutuhan akan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang." *Jurnal Politikom Indonesiana* 3, no. 1 (July 31, 2018): 41–41.
- Sudiantoro, Aryo, and Sutopo Sutopo. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Layanan Masyarakat Bank Indonesia Versi Ingat 3d Dan Pengaruhnya Terhadap Sikap Khalayak Di Kota Semarang Pada Periode Januari Hingga Oktober 2010." PhD Thesis, Universitas Diponegoro, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syahriyal, Syahriyal. "Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 4, no. 1 (2018): 139–56.
- Wibisono, Dermawan. *Managemen Kinerja Korporasi & Organisasi : Panduan Penyusunan Indikator*. Jakarta: Erlangga, 2012.

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN PENGARUH INTENSITAS MENDENGARKAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI RADIO SWARA KAMPAR 103.8 FM DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT KAMPAR

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : A. Laki-Laki B. Perempuan
3. Pekerjaan :
4. Umur :
5. Durasi mendengarkan radio :

Petunjuk pengisian

- Mohon skala ini diisi dengan menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
- Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawabannya.
- Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama , kemudian berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia disebelah kanannya, sesuai dengan kenyataan yang anda alami dengan jujur
- Keterangan Jawaban yaitu :
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (ST)
 - Kurang Setuju (CT)
 - tidak setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)

Mohon semua pertanyaan diisi dengan jujur, benar dan tidak ada yang terlewat

A. Intensitas Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat (X)

NO	PERNYATAAN	SS	ST	KT	TS	STS
1	Saya setiap hari mendengarkan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 di Radio Swara Kampar					
2	Saya Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 Di Radio Swara Kampar Sampai Selesai					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	PERNYATAAN	SS	ST	KT	TS	STS
3	iklan layanan masyarakat mudah dipahami					
4	Mendengarkan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 di radio swara Kampar tidak memakan waktu yang lama (singkat)					
5	Iklan dibuat dengan Bahasa yang sederhana sehingga saya dapat mencerna iklan lebih mudah					
6	Setelah mendengarkan iklan, saya mencari tau tentang virus Covid 19					
7	Setelah mendengar iklan, saya merasa harus mengikuti arahan dalam iklan tersebut					

B. Pengetahuan Masyarakat (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	ST	KT	TS	STS
1	Iklan layanan masyarakat membuat saya tahu tentang bahayanya virus covid 19					
2	Saya dapat memahami protocol kesehatan selama pandemu melalui iklan layanan masyarkat yang saya dengar					
3	Saya menerapkan protocol kesehatan dalam kehidupan sehari-hari kareana mendengarkan iklan layanan masyarakat					
4	Saya mampu menganalisis gejala-gejala covid 19 secara cepat berdasarkan informasi dari iklan layanan masyarakat					
5	Saya mampu membuat handsanitizer sendiri dengan menggunakan bahan alami					
6	Saya dapat menilai suatu took/instansi sudah menerapkan protocol yang benar atau tidak					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 2

HASIL ANGKET INTENSITAS MENDENGARKAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

HASIL ANGKET IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (X)									
NO	RESPONDEN	PERNYATAAN							TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Responden 1	4	4	4	4	3	4	5	28
2	Responden 2	4	5	4	3	4	3	4	27
3	Responden 3	2	3	5	3	4	3	3	23
4	Responden 4	4	3	4	5	5	4	5	30
5	Responden 5	5	5	5	5	4	5	5	34
6	Responden 6	4	3	3	4	3	4	4	25
7	Responden 7	3	4	3	4	3	4	3	24
8	Responden 8	4	5	3	4	5	4	3	28
9	Responden 9	5	5	3	5	3	4	5	30
10	Responden 10	4	5	4	4	4	4	4	29
11	Responden 11	3	3	4	3	3	3	4	23
12	Responden 12	3	4	3	5	4	4	5	28
13	Responden 13	4	5	4	3	4	4	3	27
14	Responden 14	3	3	3	4	4	2	3	22
15	Responden 15	3	4	3	3	4	3	3	23
16	Responden 16	3	2	3	4	3	3	4	22
17	Responden 17	4	4	4	3	3	4	4	26
18	Responden 18	3	3	3	3	3	2	4	21
19	Responden 19	3	3	3	4	3	3	4	23
20	Responden 20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	Responden 21	4	4	3	4	3	3	3	24
22	Responden 22	3	2	3	3	4	3	3	21
23	Responden 23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	Responden 24	3	3	4	3	3	4	4	24
25	Responden 25	3	4	3	3	4	3	4	24
26	Responden 26	4	3	3	4	3	4	3	24
27	Responden 27	3	4	4	3	4	3	4	25
28	Responden 28	3	4	2	3	4	3	3	22
29	Responden 29	4	3	4	4	4	3	4	26
30	Responden 30	3	2	3	4	2	3	4	21
31	Responden 31	3	3	3	3	3	3	4	22
32	Responden 32	4	4	4	4	4	3	4	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

33	Responden 33	4	4	4	3	3	4	3	25
34	Responden 34	3	4	3	3	4	3	3	23
35	Responden 35	4	3	4	4	3	4	4	26
36	Responden 36	3	3	3	4	2	3	4	22
37	Responden 37	4	4	4	3	3	2	3	23
38	Responden 38	4	3	4	4	4	3	4	26
39	Responden 39	4	3	3	5	3	3	4	25
40	Responden 40	4	4	3	4	4	3	4	26
41	Responden 41	3	4	3	4	3	4	3	24
42	Responden 42	3	4	3	3	3	4	3	23
43	Responden 43	4	3	5	3	5	4	3	27
44	Responden 44	4	2	4	4	4	2	3	23
45	Responden 45	4	4	4	3	4	4	3	26
46	Responden 46	3	3	2	3	3	3	2	19
47	Responden 47	4	3	4	4	2	3	4	24
48	Responden 48	3	4	3	3	4	4	3	24
49	Responden 49	4	3	4	4	3	4	4	26
50	Responden 50	3	2	3	4	3	3	4	22
51	Responden 51	3	4	3	4	4	3	4	25
52	Responden 52	3	2	3	4	3	3	4	22
53	Responden 53	3	2	2	4	3	3	4	21
54	Responden 54	3	3	3	3	4	4	3	23
55	Responden 55	4	3	3	4	3	3	4	24
56	Responden 56	4	3	4	4	3	3	4	25
57	Responden 57	3	2	3	3	4	3	4	22
58	Responden 58	4	3	3	4	3	3	4	24
59	Responden 59	3	2	3	4	3	3	4	22
60	Responden 60	3	3	4	3	4	3	3	23
61	Responden 61	2	3	3	4	3	3	4	22
62	Responden 62	4	3	5	3	3	4	3	25
63	Responden 63	5	3	3	5	5	3	3	27
64	Responden 64	3	4	3	3	4	3	4	24
65	Responden 65	3	2	3	2	4	3	2	19
66	Responden 66	3	4	3	3	3	2	4	22
67	Responden 67	3	4	2	3	3	4	4	23
68	Responden 68	3	3	4	3	3	2	3	21
69	Responden 69	3	4	2	4	3	3	4	23
70	Responden 70	3	3	3	4	3	3	5	24
71	Responden 71	3	3	3	4	3	4	4	24
72	Responden 72	4	3	5	4	3	4	4	27
73	Responden 73	4	3	4	3	4	5	3	26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

74	Responden 74	4	3	3	3	4	2	3	22
75	Responden 75	3	2	3	3	3	2	3	19
76	Responden 76	4	3	4	4	3	4	3	25
77	Responden 77	4	3	4	3	4	3	3	24
78	Responden 78	5	3	2	5	4	4	3	26
79	Responden 79	2	2	2	3	2	3	3	17
80	Responden 80	3	4	4	4	4	4	4	27
81	Responden 81	3	2	3	4	4	3	4	23
82	Responden 82	3	2	3	4	3	3	4	22
83	Responden 83	3	3	4	4	4	3	4	25
84	Responden 84	2	3	2	3	3	3	4	20
85	Responden 85	4	4	4	4	4	4	4	28
86	Responden 86	4	4	4	3	4	4	4	27
87	Responden 87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	Responden 88	3	3	3	4	4	4	4	25
89	Responden 89	5	5	4	5	5	4	5	33
90	Responden 90	3	5	5	3	3	5	4	28
91	Responden 91	3	4	3	5	4	4	4	27
92	Responden 92	3	3	3	4	4	3	4	24
93	Responden 93	4	5	5	4	5	5	4	32
94	Responden 94	4	5	4	3	3	4	3	26
95	Responden 95	4	4	5	4	4	5	4	30
96	Responden 96	5	4	4	5	5	5	4	32
97	Responden 97	3	4	4	4	4	4	4	27
98	Responden 98	4	4	4	4	4	4	4	28
99	Responden 99	4	5	4	4	5	3	3	28
100	Responden 100	5	4	4	5	5	4	5	32

LAMPIRAN 3

HASIL ANKET PENGETAHUAN MASYARAKAT

DATA HASIL ANKET PENGETAHUAN MASYARAKAT (Y)

NO	RESPONDEN	PERNYATAAN						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
1	Responden 1	4	5	5	3	4	5	26
2	Responden 2	4	4	4	5	4	4	25
3	Responden 3	4	3	2	3	3	3	18
4	Responden 4	3	3	3	3	3	3	18
5	Responden 5	5	5	5	5	5	5	30
6	Responden 6	5	4	3	4	3	3	22
7	Responden 7	3	4	4	3	4	4	22
8	Responden 8	4	3	3	4	4	4	22
9	Responden 9	4	5	3	5	3	3	23
10	Responden 10	4	5	4	4	5	4	26
11	Responden 11	5	4	3	4	4	3	23
12	Responden 12	4	4	4	4	3	4	23
13	Responden 13	3	2	3	4	3	4	19
14	Responden 14	4	3	3	4	3	3	20
15	Responden 15	3	4	3	3	3	3	19
16	Responden 16	3	4	3	3	5	3	21
17	Responden 17	3	3	2	4	4	4	20
18	Responden 18	4	4	4	3	4	4	23
19	Responden 19	3	4	3	3	4	3	20
20	Responden 20	3	4	4	1	3	3	18
21	Responden 21	4	4	4	3	4	3	22
22	Responden 22	3	4	4	3	3	3	20
23	Responden 23	2	4	3	3	3	3	18
24	Responden 24	3	3	4	3	3	4	20
25	Responden 25	3	2	4	3	3	4	19
26	Responden 26	3	4	3	2	3	4	19
27	Responden 27	2	4	3	3	2	4	18
28	Responden 28	4	2	2	4	2	4	18
29	Responden 29	3	2	5	3	3	5	21
30	Responden 30	3	2	3	2	2	3	15
31	Responden 31	2	3	3	2	2	3	15
32	Responden 32	3	4	3	4	4	3	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

33	Responden 33	3	3	4	4	5	4	23
34	Responden 34	3	4	2	3	3	2	17
35	Responden 35	3	3	3	3	3	3	18
36	Responden 36	3	3	3	3	5	3	20
37	Responden 37	4	3	3	2	2	3	17
38	Responden 38	3	4	4	2	2	3	18
39	Responden 39	3	4	4	2	3	3	19
40	Responden 40	4	5	4	4	3	3	23
41	Responden 41	3	5	4	3	4	4	23
42	Responden 42	2	4	4	3	2	4	19
43	Responden 43	2	3	2	3	2	3	15
44	Responden 44	3	4	4	3	5	4	23
45	Responden 45	4	4	4	4	3	4	23
46	Responden 46	3	5	5	4	3	4	24
47	Responden 47	3	2	4	3	2	2	16
48	Responden 48	3	3	5	3	3	5	22
49	Responden 49	3	3	5	3	4	5	23
50	Responden 50	4	3	3	3	3	3	19
51	Responden 51	4	3	3	3	3	3	19
52	Responden 52	4	2	3	3	3	3	18
53	Responden 53	5	4	4	4	4	4	25
54	Responden 54	3	4	4	1	4	4	20
55	Responden 55	4	5	5	3	3	4	24
56	Responden 56	3	3	4	3	4	4	21
57	Responden 57	3	4	3	4	3	3	20
58	Responden 58	2	2	3	3	2	4	16
59	Responden 59	3	4	4	4	3	4	22
60	Responden 60	2	3	3	3	3	4	18
61	Responden 61	3	3	4	2	3	4	19
62	Responden 62	2	3	3	2	3	3	16
63	Responden 63	3	3	4	4	3	4	21
64	Responden 64	4	3	4	4	4	4	23
65	Responden 65	4	3	4	4	4	4	23
66	Responden 66	3	3	2	2	3	2	15
67	Responden 67	4	4	3	3	3	3	20
68	Responden 68	2	1	4	3	5	4	19
69	Responden 69	3	3	4	3	3	4	20
70	Responden 70	3	4	4	4	3	4	22
71	Responden 71	4	3	4	4	3	3	21
72	Responden 72	5	4	2	3	5	4	23
73	Responden 73	3	3	3	4	3	3	19

74	Responden 74	3	4	3	3	3	3	19
75	Responden 75	2	3	3	3	3	3	17
76	Responden 76	4	4	4	4	3	4	23
77	Responden 77	3	4	3	4	4	3	21
78	Responden 78	3	4	3	3	3	3	19
79	Responden 79	3	3	4	3	3	3	19
80	Responden 80	4	5	4	4	4	3	24
81	Responden 81	2	3	3	4	2	3	17
82	Responden 82	3	2	3	3	3	3	17
83	Responden 83	3	5	4	3	3	4	22
84	Responden 84	3	3	3	3	4	4	20
85	Responden 85	5	5	4	3	4	4	25
86	Responden 86	4	5	4	3	4	3	23
87	Responden 87	5	3	5	4	4	5	26
88	Responden 88	4	4	5	4	4	4	25
89	Responden 89	3	4	4	4	3	3	21
90	Responden 90	4	3	3	4	4	3	21
91	Responden 91	4	4	3	4	4	3	22
92	Responden 92	3	2	2	3	2	4	16
93	Responden 93	5	4	4	5	4	4	26
94	Responden 94	5	4	4	3	3	4	23
95	Responden 95	4	4	4	3	5	5	25
96	Responden 96	3	3	4	3	4	4	21
97	Responden 97	4	3	4	4	4	4	23
98	Responden 98	5	4	3	5	4	3	24
99	Responden 99	3	3	3	5	4	3	21
100	Responden 100	5	4	4	3	3	4	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 4

DESKRIPSI ANGKET INTENSITAS MENDENGARKAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	49	49.0	49.0	53.0
	4.00	40	40.0	40.0	93.0
	5.00	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	14	14.0	14.0	14.0
	3.00	42	42.0	42.0	56.0
	4.00	33	33.0	33.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	8.0	8.0	8.0
	3.00	47	47.0	47.0	55.0
	4.00	37	37.0	37.0	92.0
	5.00	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	40	40.0	40.0	41.0
	4.00	48	48.0	48.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VAR00005

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	45	45.0	45.0	49.0
	4.00	42	42.0	42.0	91.0
	5.00	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00006

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	8.0	8.0	8.0
	3.00	48	48.0	48.0	56.0
	4.00	38	38.0	38.0	94.0
	5.00	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR00007

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	35	35.0	35.0	37.0
	4.00	55	55.0	55.0	92.0
	5.00	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 5

DESKRIPSI ANGKET PENGETAHUAN MASYARKAT

VAR00001

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	11.0	11.0	11.0
3.00	48	48.0	48.0	59.0
4.00	30	30.0	30.0	89.0
5.00	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00002

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	10	10.0	10.0	11.0
3.00	36	36.0	36.0	47.0
4.00	41	41.0	41.0	88.0
5.00	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00003

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.0	8.0	8.0
3.00	39	39.0	39.0	47.0
4.00	44	44.0	44.0	91.0
5.00	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VAR00004

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	9	9.0	9.0	11.0
3.00	50	50.0	50.0	61.0
4.00	33	33.0	33.0	94.0
5.00	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00005

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12	12.0	12.0	12.0
3.00	48	48.0	48.0	60.0
4.00	31	31.0	31.0	91.0
5.00	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

VAR00006

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	3.0	3.0	3.0
3.00	45	45.0	45.0	48.0
4.00	45	45.0	45.0	93.0
5.00	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6

UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances

Hasil

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.104	1	198	.748

ANOVA

Hasil

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	796.005	1	796.005	85.570	.000
Within Groups	1841.870	198	9.302		
Total	2637.875	199			

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© **LAMPIRAN 7**

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60764902
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.061
	Positive	.035
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 8

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Y
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.202	2.621

- a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178.526	1	178.526	25.989	.000 ^b
	Residual	673.184	98	6.869		
	Total	851.710	99			

- a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.233	2.076		4.930	.000
	X	.425	.083	.458	5.098	.000

- a. Dependent Variable: Y

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 9

UJI VALIDITAS VARIABEL INTENSITAS MENDENGARKAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	21.2200	7.305	.597	.668
VAR00002	21.3100	7.065	.475	.696
VAR00003	21.2700	7.654	.424	.708
VAR00004	21.0300	8.029	.394	.713
VAR00005	21.1600	7.914	.392	.714
VAR00006	21.3000	7.343	.540	.679
VAR00007	21.0300	8.413	.312	.730

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 10

UJI VALIDITAS VARIABEL PENGETAHUAN MASYARAKAT

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0000 1	17.3200	5.977	.477	.601
VAR0000 2	17.2000	6.323	.348	.649
VAR0000 3	17.1900	6.378	.419	.623
VAR0000 4	17.4100	6.588	.333	.652
VAR0000 5	17.3600	6.091	.462	.607
VAR0000 6	17.1700	6.850	.371	.640

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	6



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/37046
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9//2020 Tanggal 12 November 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

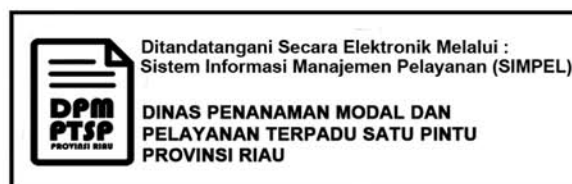
- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | ABDUL AZIZ |
| 2. NIM / KTP | : | 11643101977 |
| 3. Program Studi | : | ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | EFEKTIVITAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI RADIO SWARA KAMPAR 103.8 FM DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT KAMPAR |
| 7. Lokasi Penelitian | : | RADIO SWARA KAMPAR 103.8 FM, MASYARAKAT KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 8 Desember 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



RIWAYAT HIDUP PENULIS

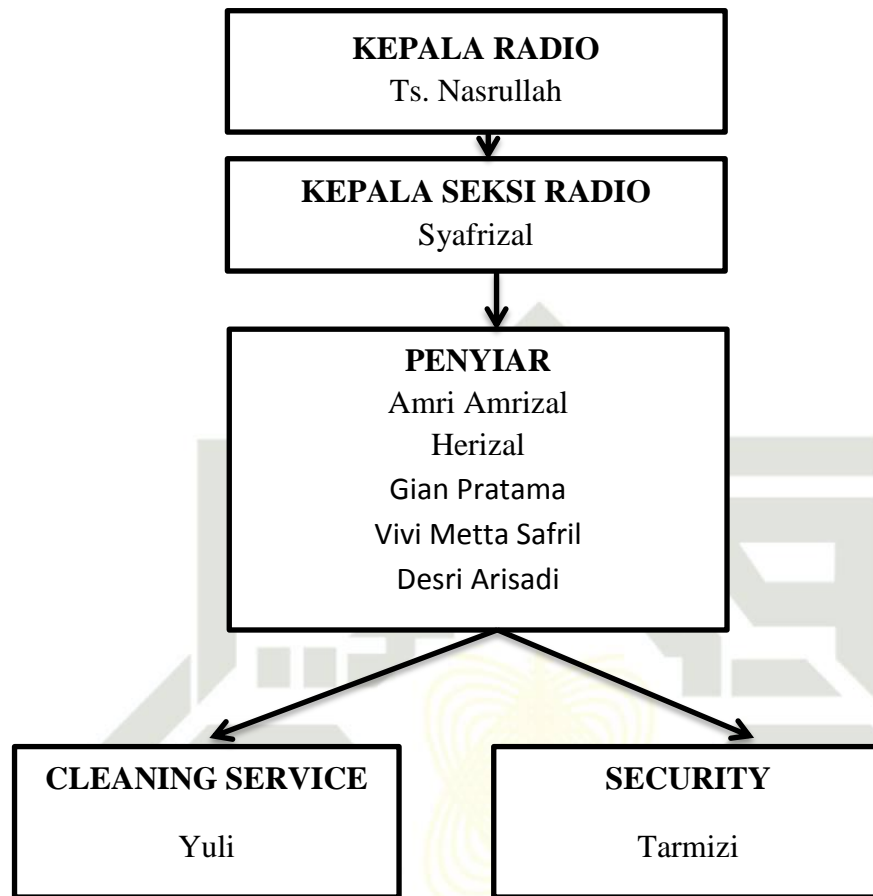
Nama Abdul Aziz, lahir di Pulau Empat pada tanggal 15 November 1997, anak pertama dari 3 bersaudara, dari pasangan ayahanda dan ibunda dari Yurmailis dan Nuraini, Pendidikan formal yg di tempuh oleh penulis adalah SD 005 Empat Balai Dusun Pulau Empat kecamatan Kuok kabupaten Kampar, Lulus pada tahun 2010, Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Muhammadiyah Kuok, lulus tahun 2013, setelah menyelesaikan pendidikan SMP Penulis melanjutkan pendidikan di MAN Kuok dan lulus pada tahun 2016.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri dan mengambil studi ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi di universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian dengan judul (Pengaruh Intensitas Mendengarkan Pesan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19 di Radio Swara Kampar 103.8 FM Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar).Penulis di nyatakan lulus pada sidang munaqasah pada tanggal 8 September 2021 Jurusan ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi dengan IPK terakhir (3.39) dengan predikat memuaskan dan berhak menyandang gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.KOM)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.9. STRUKTUR RADIO SWARA KAMPAR



Gambar 4.1 Struktur Jabatan Radio Swara Kampar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.