



UIN SUSKA RIAU

No. 5632/KOM-D/SD-S1/2023

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT RADIO SUSKA FM 107.9 FM
PEKANBARU**

© Hak cipta milik



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

Oleh:

NURUL HIDAYATI
NIM. 11543201748

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**

- 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- 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.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI KREATIF PRODUKSI IKAN LAYANAN MASYARAKAT
RADIO SUSKA FM 107.9 FM PEKANBARU**

Disusun Oleh :

Nama : Nurul Hidayati

NIM : 11543201748

Prodi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal : 25 Januari 2023

Dosen Pembimbing

Artis, S.Ag., M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



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 : Nurul Hidayati
NIM : 11543201748
Judul : Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska FM 107.9 FM Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 26 Januari 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Januari 2023



Dekan,
Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, S.Ag., M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I., MA
NIK. 130 417 084

Penguji III,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji IV,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130 417 023

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



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 SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Nurul Hidayati
NIM : 11543201748
Judul : Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 30 Desember 2022

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 30 Desember 2022

Penguji Seminar Proposal,

Artis, S. Ag., M.I.Kom
NIP. 119680607 200701 1 047

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

Lampiran Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurul Hidayati
 NIM : 11543201748
 Tempat/ Tgl. Lahir : Bojonegoro, 5 Juni 1996
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

“Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
- Apabila 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, 25 Januari 2023
 Yang membuat pernyataan



NURUL HIDAYATI
NIM : 11543201748

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



- 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.

Pekanbaru, 2 Januari 2023

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Ujian Komprehensif

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Nurul Hidayati

NIM : 11543201748

Judul Skripsi: Strategi Manajer Produksi Dalam Meningkatkan Produksi Iklan Komersial di Green Radio 96.7 FM Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Komprehensif sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

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

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

**Mengetahui :
 Pembimbing Akademik (PA),**



**Yantos, M. Si
 NIP. 19710122 200701 1 016**

**Mengetahui:
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.
 NIP. 19810313 201101 1 004**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, akhirnya atas izin Allah swt. penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karya ini saya persembahkan untuk **kedua orang tua** penulis yang amat penulis cintai yaitu Alm. Bapak Kasmun & Almh. Ibu Kuntini.

Penulis ucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya karena penulis tidak dapat lulus tepat waktu.

- 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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menguraikan 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 milik UIN Suska Riau
Sultan Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nama : Nurul Hidayati

NIM : 11543201748

Judul : **Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru**

Iklan layanan masyarakat mempunyai kedudukan yang penting dalam dunia media massa salah satunya seperti radio. Iklan yang didengarkan di radio harus menarik dan bagus agar pendengar tertarik mendengar iklan tersebut dan klien yang memasukkan iklan di radio merasa puas dengan iklan yang diproduksi radio tersebut. Untuk menghasilkan iklan radio yang menarik. Diperlukan strategi kreatif dalam produksi iklan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif dalam produksi iklan layanan masyarakat Radio Suska FM 107, FM Pekanbaru. Untuk metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini berjumlah 2 orang yang terdiri dari, 1 orang dari produksi, 1 orang bagian script writer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Suska 107.9 FM Pekanbaru memiliki strategi kreatif meliputi ide orisinil, pesan mampu diingat. Hal ini untuk mengedukasi pendengar setia Radio Suska FM Pekanbaru.

Kata kunci: *Strategi produksi iklan, iklan kreatif, iklan layanan masyarakat, dan Radio Suska FM*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.

ABSTRACT

Name : Nurul Hidayati

Reg. No : 11543201748

Creative Strategy for Production of Community Service Advertisements Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru

Public service advertisements have an important position in a mass media, one of which is radio. Advertisements that are listened to on the radio must be interesting and good so that listeners are interested in hearing these advertisements and clients who submit advertisements on the radio are satisfied with the advertisements produced on the radio. To produce attractive radio advertisements, a creative strategy is needed in the production of these advertisements. This study aims to find out how creative strategies are used in the production of public service advertisements on Radio Suska FM 107, FM Pekanbaru. For the research method used by the author using a qualitative research method, namely research that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior, by conducting observations, interviews, and documentation. There were 2 informants in this study consisting of 1 person from production, 1 person from the script writer section. The results of this study indicate that Radio Suska 107.9 FM Pekanbaru has a creative strategy including original ideas, memorable messages. This is to educate loyal listeners of Radio Suska FM Pekanbaru.

Keywords: *Advertising production strategy, creative advertising, public service advertisements, and Suska FM Radio*

KATA PENGANTAR



- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan 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.

Assalamu'alaikum, wr. wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, kemudian shalawat dan salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad SAW, berkat perjuangan beliau lah akhirnya kita dapat merasakan kenikmatan yang tidak terhingga yakni Iman dan Islam sebagaimana yang telah kita rasakan pada saat ini sampai akhir nantinya. Demikian juga yang penulis rasakan, akhirnya dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru”** sebagai syarat akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sarena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak, demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, teristimewa kepada Alm. Ayah dan Almh. Ibu, Abang dan kakak saya yang selalu senantiasa setia mencurahkan kasih sayang, doa, serta motivasinya. Terimakasih juga kepada paman, tante, abang sepupu, kakak sepupu dan adek sepupu yang juga selalu mengingatkan dan mendukung penuh perjuangan penulis. Tidak lupa juga penulis ucapkan kepada semua pihak yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis semangat dalam penulisan skripsi ini hingga akhirnya skripsi ini selesai. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terimakasih kepada:



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.

1. Bapak Prof. Dr. Kairunnas, M. Ag selaku rektor UIN Suska Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosadi, S. Pd, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M. Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M. SI selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dwkan III Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, S. P selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku pembimbing yang dengan ikhlas dan penuh kesabaran meluangkan waktu, tenaga, serta fikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan pada penulis.
6. Bapak Yantos, M. Si selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Bapak Edison S.Sos, M. I. Kom selaku Pimpinan Redaksi Suska TV, yang telah memberikan ilmu, arahan, serta motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu serta keluarga besar Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dan memberikan ilmu yang mereka miliki demi kesuksesan penulis.
9. Perpustakaan UIN Suska dan perpustakaan Fakultas yang telah membantu penulis dalam memberikan fasilitas berupa literature dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Peristimewa untuk kedua orang tua penulis Almarhum Bapak Kasmun dan Almarhumah Ibu Kuntini yang senantiasa membimbing dan mendidik anak-anaknya untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan selalu berada di jalan Allah SWT. Meskipun telah tiada kalian akan selalu menjadi penyemangat yang tiada duanya.
11. Perimakasih kepada crew Suska FM Nilam Aluna, Vanissa Marzaita Saleh, Tasya Fadila, Wiga Azhari beserta crew lainnya yang telah membantu saya dalam proses penelitian.

12. Terimakasih kepada abang dan kakak saya Saipul, Kasduri, Kusrini, Indah Sri Utami, Hadi, Sri Indah Sari.
13. Terimakasih kepada sepupu saya Fitri Hidayani dan keponakan-keponakan saya Willy, Arfan, Nursufi, Syahara, Amira, Alfian, Tiara, Ghea, Lala yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada sahabat saya Retina Harahap, Liliana Nindariati, Wilda Nuraini, Nanda Yuliandara, Eva Erisa, Teguh Pambudi, Andre Trio Murti, Azzy Maturrahmi, Abu Dzar Saputra, Andre Fikri Akbar, Annisa Fatifah, Ahmad Alhafidz Nasution, Yopi Ajri, Uun Iga Anggraini yang selalu menghibur dan tak pernah bosan menanyakan perkembangan skripsi saya.
15. Terimakasih seluruh sahabat seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015.
16. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga kebaikan yang diberikan mendapat imbalan serta kemudahan dalam melakukan aktivitas hidup di dunia ini sekaligus pahala yang setimpal dari Allah SWT. Penulis sangat berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum, wr. wb

Pekanbaru, 25 Januari 2023
Penulis,

NURUL HIDAYATI
NIM. 11543201748

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Sistematika Penulisan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Terdahulu	6
B. Kerangka Berfikir	8
BAB III. METODE PENELITIAN	22
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Sumber Data dan Informan Penelitian	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Validitas Data	25
F. Teknik Analisa Data	25
BAB IV. GAMBARAN UMUM 27	
A. Sejarah Perkembangan Radio Suska FM 107.9 FM	27
B. Visi Misi Radio Suska FM 107.9 FM	28
C. Data Radio Suska FM 107.9 FM	29
D. Tugas dan Tanggung Jawab Jabatan	30
E. Struktur Organisasi Radio Suska FM Periode 2021	33
F. Product Detail	34



UIN SUSKA RIAU

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	36
B.	Pembahasan	41

BAB VI. PENUTUP

A.	Kesimpulan	47
B.	Saran	47

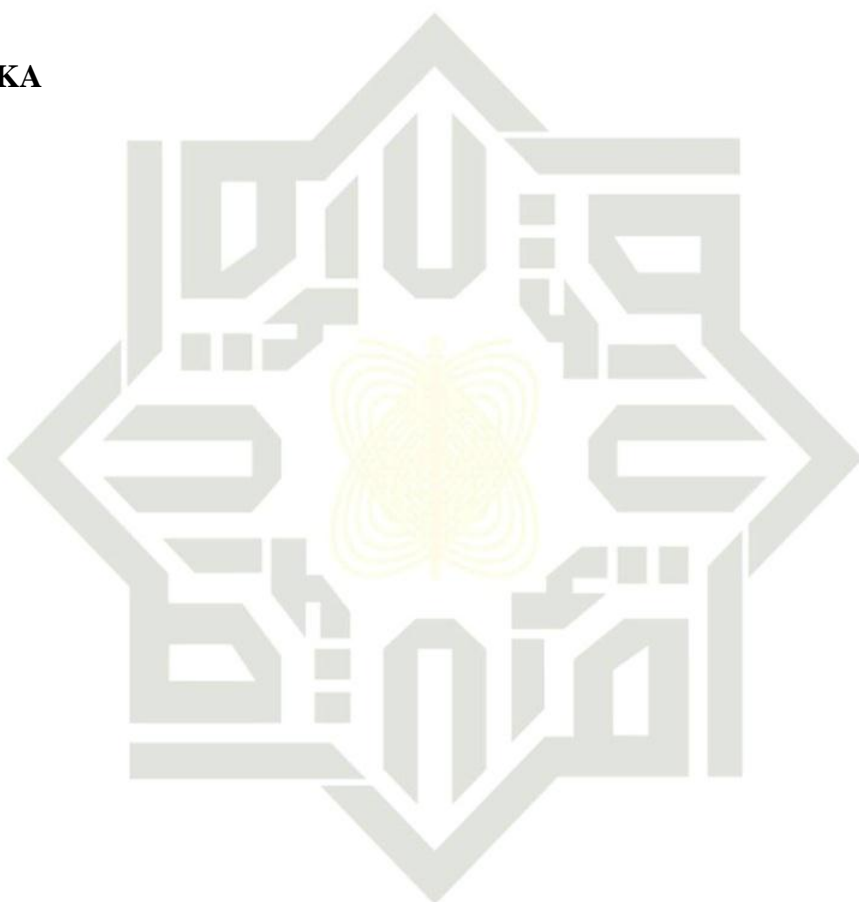
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- 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 UIN Suska Riau

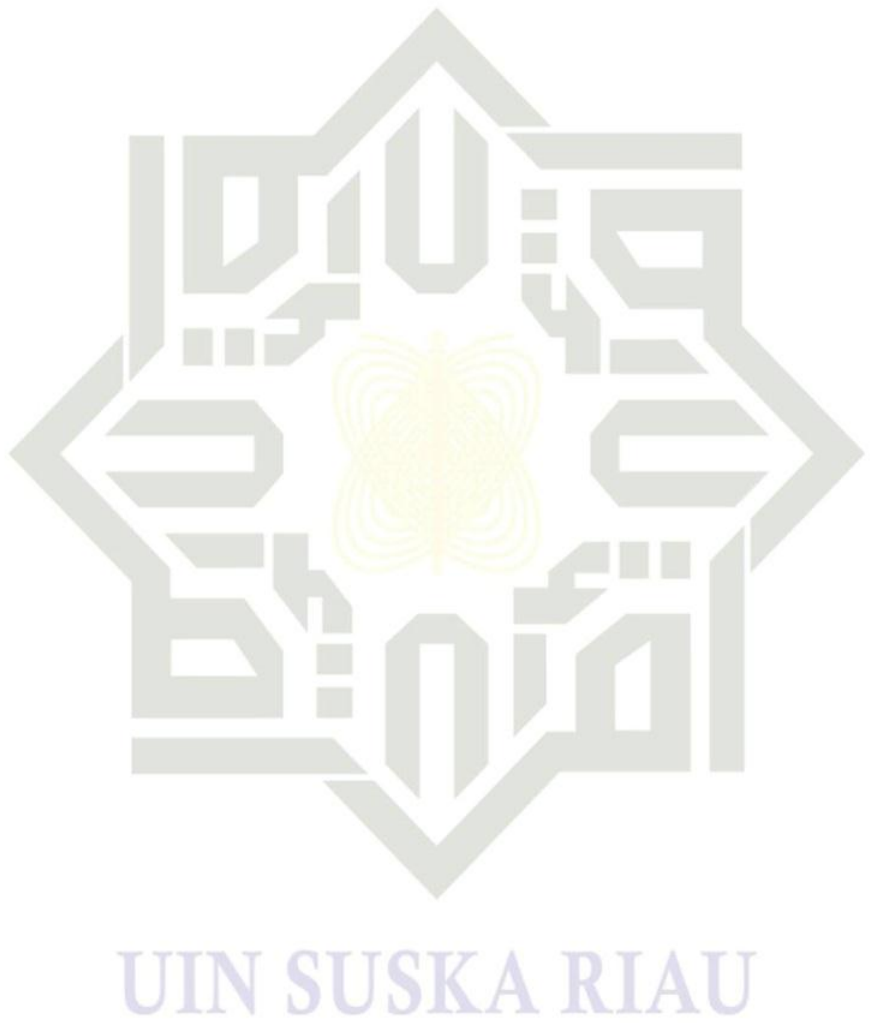
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 : Daftar Informan	36
-----------------------------------	----



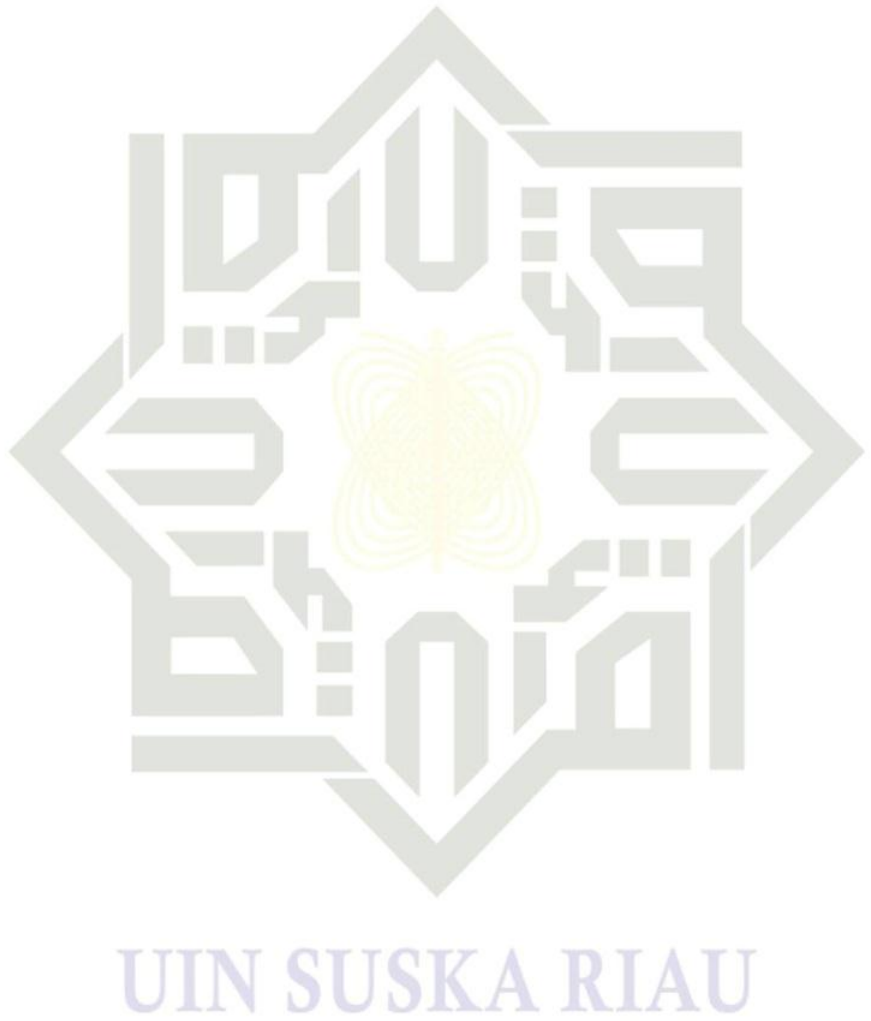
Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

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 Pikir	21
Gambar 4.1	Logo Suska FM	37
Gambar 4.2	Struktur Organisasi	33



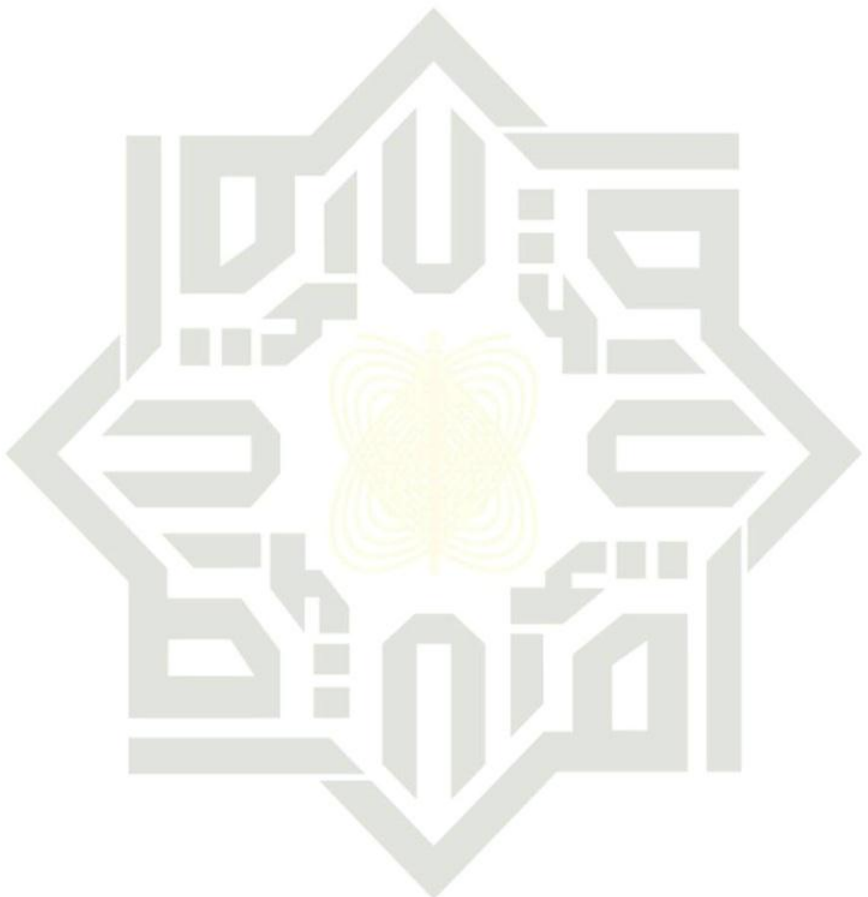
Hak Cipta dan Undang-Undang

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 Surat -Surat



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diliindungi 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

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu media massa dalam dunia penyiaran yang sampai saat ini masih terus menjaga eksistensinya adalah radio. Media penyiaran merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak.¹

Fungsi dari komunikasi massa secara umum adalah sebagai pemberi informasi, pendidikan, dan hiburan. Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) fungsi komunikasi massa adalah *to inform* (menginformasikan), *to entertain* (memberi hiburan), *to persuade* (membujuk), dan *transmission of the culture* (transmisi budaya). Sementara menurut Jhon Vivian dalam bukunya *The media of mass Communication* (1991) menyebutkan fungsinya yaitu *providing information, providing entertainment, helping to persuade, contributing to social cohesion* (mendorong kohesi sosial).

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, electronic games dan personal casset players.²

Fungsi radio tidak hanya menyampaikan informasi bahkan radio hadir memasuki setiap sudut kehidupan di dunia, menawarkan hiburan musik yang terbaru bagi masyarakat kota, ataupun menyampaikan informasi bagi masyarakat pedesaan yang jauh terpencil. Dengan demikian radio menjadi media yang digemari masyarakat karena memiliki fungsi sebagai media yang informatif, edukatif dan persuasif.³

¹ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. (Jakarta, Kencana, 2009), Hlm. 13

² Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. (PT Gelora Aksara Pratama), hlm. 123

³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), hlm. 300



© Hak Cipta Dituliskan dan dimiliki 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.

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), murah, dan mudah dibawa kemana-mana. Keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja: di tempat tidur, di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya.⁴

Menurut undang – undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, Penyiaran Radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Sedangkan Siaran Iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.⁵

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini memungkinkan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen yang sangat penting, khususnya bagi produsen yang akan mengiklankan produk atau jasa yang dimiliki.⁶

Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi persuasif atau mendidik khalayak yang bersifat sosial agar masyarakat sebagai audiens dapat bertambah pengetahuannya, bertambah kesadaran dan sikapnya, serta berubah perilakunya agar mempunyai pandangan positif dan kehidupan lebih baik.⁷

Periklanan melalui radio adalah kemampuannya untuk mencapai konsumen secara akrab dan personal. Para penyiar radio kadang-kadang ada yang sangat menawan dan meyakinkan dalam pembawaannya dalam on air, pesannya mereka muncul seolah-olah mereka berbicara kepada khalayak secara pribadi.⁸

Manfaat iklan radio untuk periklanan cukup besar dapat digunakan secara efektif. Orang akan bisa terhubung secara psikologis dengan ‘suara’. Hal ini

Stanley J. Baran, op. cit.

Undang – Undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran

Morissan, op. cit. hlm 426

Pujiyanto, *Iklan Layanan Masyarakat*, (Yogyakarta: ANDI, 2013)

Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo

Persada, 2015) h. 133

cenderung untuk mengembangkan rasa ingin tahu antara target pelanggan dan suara’.

Melihat dari segi manfaat iklan di radio sangat besar, maka radio Suska FM ikut berperan dalam mengedukasi para pendengar melalui iklan layanan masyarakat. Beberapa iklan layanan masyarakat yang telah dibuat oleh radio Suska FM antara lain: Hemat Listrik, Ilmu, Keberadaan Burung yang Terancam, Pengaruh Aerosol Terhadap Pemanasan Global, Penghematan Kertas Untuk Penyelamatan Hutan, Plastik Ramah Lingkungan, Lalu Lintas, Rokok, Gadget, Karhutla, Medsos, Sampah dan Kebersihan.⁹

Strategi media dan strategi kreatif iklan layanan masyarakat harus memiliki penanganan yang khusus dan khas agar yang disampaikan mendapat perhatian dari pendengar. Iklan melalui media radio memiliki karakteristik yang khas yaitu hanya dapat di dengar melalui audio (suara) saja yang merupakan perpaduan dari kata-kata (voice), musik, dan sound effect.¹⁰

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian di radio Suska FM dengan judul **“Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 Fm Pekanbaru”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas dan untuk memfokuskan skripsi ini maka perumusan masalah dalam penelitian ini ialah: Bagaimanakah Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru.

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru.

⁹Wawancara dengan divisi produksi Suska FM Tasya Fadila 13 Januari 2023 Pukul 14.00 WIB

¹⁰Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 68



- 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. Manfaat Penelitian

a. Akademis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini akan dapat membantu dan menambah referensi penelitian pada disiplin ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi *Broadcasting* yang berkaitan dengan strategi kreatif produksi iklan layanan masyarakat di radio.

Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau.

b. Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi kreatif produksi iklan layanan masyarakat di radio.

2. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi masukan untuk stasiun radio-radio kampus yang ada di Indonesia dalam menghasilkan program yang dapat mendidik dan dinikmati oleh pendengar radio.

D. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini membahas tentang Kajian Teori, Kajian terdahulu dan Kerangka Pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Sumber Data,

Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM RADIO SUSKA FM

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian yaitu Radio Suska FM 107.9 FM Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan hasil dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



- 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 II TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Terdahulu

Beberapa kajian pustaka yang dijadikan sebagai acuan dasar menelaah permasalahan ini diantaranya dilakukan oleh, Risa Novianti (2016) melakukan penelitian dengan judul Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat Radio Delta Jakarta Versi “Pencurian di Dalam Mobil”. Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan Radio Delta memiliki strategi kreatif yang di terapkan dalam iklan layanan masyarakat versi pencurian di dalam mobil.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh, Noerkhoeruddin (2015) melakukan penelitian dengan judul Strategi Kreatif Dalam Produksi Iklan Komersial Di Radio Aditya 87.6 FM Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan Radio Aditya memiliki strategi kreatif yang dilihat dari proses produksi iklan yang dibuat oleh Radio Aditya 87.6 FM, dimana produksi iklan menggunakan ide yang orisinal, nilai etika dan estetika.

Berikutnya, penelitian ini dilakukan oleh Sandi Justita Putra pada Tahun 2012, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Skripsi ini berjudul "Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat Surat Kabar Harian Jogja dalam Membangun Citra Sebagai Perusahaan yang Peduli dengan Kondisi Sosial Masyarakat" skripsi ini mengkaji tentang strategi pembuatan iklan layanan masyarakat yang dilakukan oleh SK Harian Jogja sebagai bentuk membangun citra perusahaan yang peduli terhadap kondisi sosial masyarakat. Hasil penelitian ditujukan untuk membangun empati khalayak agar tercipta citra perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sosial, sehingga mampu menstimulasi masyarakat agar percaya

1. Dilindungi 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.

pada perusahaan dan akhirnya tertarik untuk menjadi pelanggan SK Harian Jogja.

Kajian terdahulu terakhir yang saya gunakan sebagai acuan ialah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ilham (2019) melakukan penelitian dengan judul Strategi Kreatif Dalam Produksi Iklan Komersial Di Radio Gress 105, 8 Fm Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi kreatif tersebut dilihat dari proses produksi iklan yang dibuat oleh Radio Gress 105,8 FM selain menggunakan ide yang orisinil atau tidak meniru juga mengutamakan nilai etika, memproduksi iklan yang unik dan beda dari setiap iklan yang diproduksi bahkan dalam penggunaan backsound serta sound effect dengan menggunakan suara musik bernada slow, middle dan beat, yang mana menjadi perhatian penting bagi tim produksi.

Berdasarkan uraian kajian terdahulu diatas, penelitian yang akan dilakukan penulis ialah meneliti tentang Strategi Kreatif Dalam Produksi Iklan Layanan Masyarakat di Radio Suska FM 107.9 FM Pekanbaru, belum pernah dilakukan penelitiannya khususnya di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Perbedaanya penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada yaitu penelitian ini membahas tentang strategi kreatif yang digunakan dalam produksi iklan layanan masyarakat, dan lokasi serta waktu penelitian yang berbeda. Penelitian ini dilakukan di Radio Suska FM 107.9 FM yang beralamatkan di Lantai 3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Rimba Panjang, Kec. Tambang, Kabupaten Kampar, Riau 28293.



B. Landasan Teori

Landasan teori merupakan pokok pemikiran yang menggambarkan dari segi mana permasalahan penelitian akan dibahas. Maka dari itu landasan teori akan menjadi dasar pemikiran bagi peneliti untuk menganalisis penelitian.

1. Teori Peluru atau Jarum Hipodermik

Teori ini menganggap media massa memiliki kemampuan penuh dalam mempengaruhi seseorang. Media massa sangat perkasa dengan efek yang langsung pada masyarakat. Khalayak dianggap pasif terhadap pesan media yang disampaikan. Teori ini dikenal juga dengan teori peluru, bila komunikator dalam hal ini media massa menembakkan peluru yakni pesan kepada khalayak, dengan mudah khalayak menerima pesan yang disampaikan media. Teori ini makin powerfull ketika siaran radio Orson welles (1938) menyiarkan tentang invansi makhluk dari planet mars menyebabkan ribuan orang di amerika serikat panik.

Teori ini mengasumsikan bahwa komunikator yakni media massa digambarkan lebih pintar dan juga lebih segalanya dari audience. Teori ini memiliki banyak istilah lain. Biasa kita sebut hypodermic needle (teori jarum suntik), Bullet Theory (teori peluru) transimition belt theory (teori sabuk transmisi). Dari beberapa istilah lain dari teori ini dapat kita tarik satu makna, yakni penyampaian pesannya hanya satu arah dan juga mempunyai efek yang sangat kuat terhadap komunikan. Teori peluru ini merupakan konsep awal efek komunikasi massa yang oleh para pakar komunikasi tahun 1970-an dinamakan pula Hypodermic Needle Theory (Teori jarum Hipordermik).

Teori ini ditampilkan tahun 1950-an setelah peristiwa penyiaran kaleidoskop stasiun radio siaran CBS di Amerika berjudul The Invansion from Mars (Effendy. 1993:264-265). Menurut Elihu Katz, model ini berasumsi :

1. Media massa sangat ampuh dan mampu memasukkan ide-ide pada benak komunikan yang tak berdaya.

2. Khalayak yang tersebar diikat oleh media massa, tetapi di antara khalayak tidak saling berhubungan.

Model Hypodermic Needle tidak melihat adanya variabel-variabel antara yang bekerja diantara permulaan stimulus dan respon akhir yang diberikan oleh mass audience. Elihu Katz dalam bukunya, "The Diffusion of New Ideas and Practices" menunjukkan aspek-aspek yang menarik dari model hypodermic needle ini, yaitu:

- 1) Media massa memiliki kekuatan yang luar biasa, sanggup menginjeksikan secara mendalam ide-ide kedalam benak orang yang tidak berdaya.
- 2) *Mass audience* dianggap seperti atom-atom yang terpisah satu sama lain, tidak saling berhubungan dan hanya berhubungan dengan media massa. Kalau individu-individu mass audience berpendapat sama tentang suatu persoalan, hal ini bukan karena mereka berhubungan atau berkomunikasi satu dengan yang lain, melainkan karena mereka memperoleh pesan-pesan yang sama dari suatu media (Schramm, 1963) Model Hypodermic Needle cenderung sangat melebihkan peranan komunikasi massa dengan media massanya.¹¹

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah upaya bagaimana pesan dapat diterima baik oleh target audiens, sedangkan taktik kreatif adalah bagaimana sebuah pesan iklan disampaikan (Belch & Belch, 2015, hal. 251). Menurut (Kertamukti, 2015) strategi iklan yang efektif haruslah mengandung beberapa komponen pertanyaan utama, yaitu what (apa tujuannya?), who (siapa yang akan dijangkau?), when (kenapa iklan dipasang?),

¹¹ Elvinaro Ardianto, Komunikasi Massa, Bandung 2007, Penerbit Simbiosis Rekatama Media, hlm. 61





- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Hassan Riau

where (di mana iklan dipasang?), why (mengapa harus demikian?), how (bagaimana bentuk iklannya?)¹²

Setiap strategi kreatif itu harus dirancang secara kreatif, dengan menggalih segala sesuatu dibalik fakta dan menyusunnya ke arah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Strategi kreatif bukan semata-mata proses logika, tetapi juga menyangkut seni. Namun demikian, untuk memperoleh strategi yang dapat digunakan, strategi harus dibuat berdasarkan fakta.

Secara sederhana, perencanaan kreatif periklanan adalah proses membuat strategi mencapai tujuan melalui iklan yang dibuat. Sedangkan tujuan pokok perencanaan kreatif periklanan adalah agar dapat membentuk iklan yang diharapkan secara maksimal. Perencanaan sangat menentukan hasil kampanye periklanan. Oleh karena itu, sebelum diciptakan kreatif periklanan, maka perlu dilakukan perencanaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lain pengorganisasian, pengarahan, dan pengontrolan tidak akan dapat berjalan.¹³

3. Periklanan

Pengertian iklan diungkapkan oleh para ahli:

- a. Dunn dan Barban (1987 : 17) menyatakan iklan merupakan bentuk kegiatan komunikasi non-personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasive) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersil, maupun pribadi yang berkepentingan.

- b. Klepper (1986) menyatakan iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai anak pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasive.
- c. Frank Jefkins juga mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul Advertising, iklan diartikan sebagai pesan-pesan penjualan yang paling persuasive yang diarahkan kepada para calon pembeli yang potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya semurah-murahnya.

Karakteristik Periklanan¹⁴

- a. Bentuk Berbayar: Periklanan mengharuskan pengiklan (juga disebut sponsor) untuk membayar untuk membuat pesan iklan, untuk membeli slot media iklan, dan untuk memantau upaya periklanan.
- b. Alat Untuk Promosi: Periklanan adalah elemen dari bauran promosi suatu perusahaan.
- c. Komunikasi Satu Arah: Periklanan adalah komunikasi satu arah di mana merek perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan melalui media yang berbeda.
- d. Pribadi Atau Non-Pribadi: Iklan dapat bersifat non-pribadi seperti dalam kasus TV, radio, atau iklan surat kabar, atau sangat pribadi seperti dalam kasus media sosial dan iklan berbasis cookie lainnya.

4. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat ialah iklan yang berupaya mencari keuntungan yang bersifat sosial, bukan untuk keuntungan komersil secara langsung. Iklan layanan masyarakat bersifat non-profit atau non-

¹⁴<https://belajarekonomi.com/periklanan/> diakses pada 14 Desember 2022 pukul 18.00





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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

komersil. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) bertujuan untuk memberikan penambahan pengetahuan masyarakat, kesadaran atas sikap, dan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan.

Menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia, ILM merupakan jenis iklan yang dikeluarkan oleh pemerintah, suatu organisasi atau lembaga komersil maupun nonkomersil untuk mencapai sebuah tujuan dalam sosial maupun sosio-ekonomis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹⁵

Iklan layanan masyarakat (ILM) dapat dikampanyekan oleh organisasi profit atau non profit dengan tujuan sosial ekonomis yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebuah iklan layanan masyarakat memiliki criteria tersendiri, Menurut dewan periklanan di Amerika Serikat yang menspon-sori ILM ada beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan sebuah iklan tertentu merupakan iklan layanan masyarakat atau bukan.¹⁶

- 1) Tidak komersil (contoh: iklan pemakaian helm dalam berkendara)
- 2) Tidak bersifat keagamaan.
- 3) Tidak bersifat politis.
- 4) Berwawasan nasional
- 5) Diperuntukkan untuk semua lapisan masyarakat
- 6) Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima
- 7) Dapat diiklankan.

5. Radio

Sejarah media penyiaran dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama heinrich hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz kemudian dilanjutkan oleh Guklielmo Marconi (1874-1937) dari Italia yang sukses mengirim sinyal

Selly Ananda Pratiwi, Dasrun Hidayat, "Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi" Komunikologi Volume 17 Nomor 02 (September 2020): 72
Dani Al Jafi & Aryo Bayu Wibisono Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" 2 Tahun 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.¹⁷

Radio *is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Radio adalah suara, suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kepadanya. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasam auditif. Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.¹⁸

Radio memiliki beberapa karakteristik yang khas, diantaranya sebagai berikut:¹⁹

1. Imajinatif

Radio dikatakan imajinatif karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Radio bersifat *theatre of mind* artinya radio mampu menciptakan gambar (*makes picture*) dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.

2. Auditori

Sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada komunikator atau penyiar untuk mengulang

informasi yang hilang kecuali ia merekamnya. Dengan perkataan lain, pesan radio disusun secara singkat dan jelas (*concise and clear*).

3. Akrab

Sebagaimana dilakukan sehari-hari, kita jarang mendengar acara siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

4. Identik dengan Musik

Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

5. Mengandung gangguan

Seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

Keunggulan atau Kelebihan Radio²⁰

Riswandi menjabarkan keunggulan radio sebagai media penyiaran, antara lain:

1. Cepat dan Langsung: Radio adalah sarana tercepat, bahkan lebih cepat dari surat kabar dan televisi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tanpa lewat proses yang kompleks dan butuh waktu yang lama seperti TV dan media cetak.
2. Akrab: Radio adalah alat yang “mendekatkan” atau mengakrabkan pendengar atau khalayak dengan penyiar bahkan dengan pemiliknya. Orang cenderung jarang mendengarkan siaran radio secara berkelompok akan tetapi justru orang seringkali mendengar radio secara sendirian.
3. Hangat: Perpaduan antara kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan



- 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.

seringkali pendengar berpikir bahwa penyiar adalah sebagai teman bagi mereka.

4. Tanpa batas: Siaran radio mampu menembus batas-batas geografis dan kultural serta kelas sosial. Bahkan hanya orang “tunarungu” yang tidak mampu menikmati sebuah siaran radio.
5. Murah: Harga dari pesawat radio sekaligus mendengarkan siarannya relatif jauh lebih murah dibandingkan dengan harga sebuah televisi atau berlangganan media cetak. Bahkan pendengar siaran radio pun tidak dipungut iuran sepeser pun.
6. Fleksibel: Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas lain seperti belajar, memasak, mengemudi, membaca surat kabar, dan sebagainya.

Andy Rustam dalam makalah kepenyiaran menyebutkan bahwa kekuatan radio adalah sebagai berikut;²¹

1. Menjaga Mobilitas. (pendengarnya diupayakan tetap pada mobilitas tinggi)
2. Informasi tercepat. (kecepatan informasinya)
3. Auditif. (suara mempunyai kelebihan dalam pendekatan dengan pendengar)
4. Menciptakan theater of mind. (imajinasi yang mengoda rasa penasaran pendengar)
5. Komunikasi Personal. (menciptakan keakraban dengan pendengar, sehingga ikatan kebutuhan dan saling ketergantungan menjadi kuat)
6. Murah.
7. Mass Distributor. (sebagai distributor informasi, edukasi, dan hiburan yang simultan)
8. Format dan Segmentasi Tajam. (konsep radio menajamkan format dan segmentasi pendengar)

²¹Thesa Resi Sila Utami 2016. Dasar-dasar Penyiaran hlm. 14-15



9. Daya Jangkau Luas. (areal sasaran yang luas untuk mengatasi hambatan geografis, cuaca, dan sistem distribusi)
10. Menyentuh kepentingan lokal dan regional. (kebutuhan untuk mengetahui situasi lokal dan regionalnya).

Kelemahan Radio²²

Riswandi menjabarkan kelemahan radio sebagai media penyiaran, antara lain:

1. Selintas: Siaran radio cepat hilang dan mudah dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak seperti pembaca surat kabar yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.
2. Batasan Waktu: Waktu siaran radio relatif terbatas hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas.
3. Beralur Linier: Program disajikan dan didengar oleh khalayak berdasarkan urutan yang sudah ada (*rundown*)

Didalam proses perkembangannya radio untuk mengikuti zaman, saat ini ada beberapa banyak jenis-jenis radio yang diciptakan.

Adapun Jenis-Jenis Radio di Indonesia

Berikut adalah beberapa jenis-jenis radio yang digunakan di Indonesia.²³

1. Radio Publik
2. Radio Swasta
3. Radio Komunitas
4. Radio Berlangganan
5. Radio Berdefinisi Tinggi (HD Radio)

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.

Ibid., hlm. 15

<https://sindonesia.com> Di akses pada Selasa 17 Januari 2023 pukul 09.00 WIB



- 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.

1. Radio Publik²⁴

Radio publik ini atau biasa disebut radio pemerintahan, merupakan sistem dari radio yang dipegang penuh oleh bagian pemerintahan. Dalam pengelolannya dikerjakan oleh salah satu kementerian dalam pemerintahan tersebut, yang telah disetujui dan diatur dengan perundang-undangan. Dalam arti lain bahwa radio ini semua kendali dan operasinya dipegang khusus oleh pemerintahan. Salah satu contoh ialah RRI (Radio Republik Indonesia). Secara penuh RRI ini telah diolah oleh Departemen Penerangan yang telah dikukuhkan oleh SK Menteri Penerangan RI No. 19 tahun 1968.

2. Radio Swasta²⁵

Radio ini berbeda halnya dengan radio publik yang sepenuhnya dipegang oleh pemerintahan. Bahwa radio swasta ini adalah radio yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan yang sifatnya komersil. Sehingga, sumber penghasilan untuk operasional radio swasta ini sepenuhnya berasal dari iklan. Meskipun demikian, radio swasta tetap berada dibawah perundang-undangan mengenai penyiaran yang disepakati melalui lisensi pemerintahan. Sehingga, radio swasta di Indonesia ini masih berada dibawah naungan perundang-undangan yang salah satunya adalah lembaga sensor.

Berbeda halnya di Amerika yang terdapat beberapa radio yang berjenis sebagai radio swasta yang di antaranya adalah CNS, ABC, NBC, dan MBS.

Radio-radio tersebut, berdasarkan sistem pemerintahan Amerika Serikat bahwa radio swasta tersebut memiliki kebebasan penuh dalam penyiaran. Dengan arti lain, beberapa radio swasta tersebut tidak mengenal kata sensor.

Ibid
Ibid



- 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. Radio Komunitas²⁶

Jika radio publik dipegang pemerintahan sebaliknya radio swasta dipegang perseorangan, berbeda dengan radio komunitas yang dipegang bersama-sama dalam komunitas tertentu. Artinya, radio komunitas ini dibangun dengan tanggung jawab bersama oleh beberapa kelompok orang dalam suatu komunitas yang yang mampu mengerahkan sumberdayanya.

Alat operasionalnya pun masih sederhana dengan memanfaatkan alat seadanya untuk sebisa mungkin radio dapat bekerja dengan baik. Jadi beberapa peralatan yang digunakan pun tidak cenderung dari alat yang canggih dan mahal. Sehingga dapat dikatakan bahwa jangkauan yang dimiliki oleh radio komunitas ini sangatlah terbatas, hanya berada pada wilayah dan daerah komunitas itu sendiri. Pada umumnya, radio komunitas ini disebut juga sebagai radio pendidikan, radio sosial, atau radio alternatif lainnya.

4. Radio Berlangganan²⁷

Radio berlangganan ini merupakan radio yang sejenis atau memiliki sifat kemiripan dengan radio publik. Yang mana kendali radio tersebut dipegang oleh suatu lembaga yang bernama Lembaga Penyiaran Berlangganan. Lembaga Penyiaran Berlangganan merupakan lembaga penyiaran di Indonesia yang berbentuk badan hukum. Selain itu lembaga tersebut merupakan jasa yang menyelenggarakan penyiaran berlangganan yang sudah diakui oleh izin penyelenggara penyiaran berlangganan. Sehingga, ini dapat menyebarkan dan memancarluaskan siaran kepada masyarakat dari radio yang berlangganan.

Jenis-Jenis Radio Menurut Barangnya

Selain beberapa jenis-jenis radio yang ada di Indonesia kali ini ada radio yang berdasarkan jenis barangnya. Berikut penjelasannya.

²⁶ Ibid
²⁷ Ibid



- 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.

1. Radio AM
2. Radio FM
3. Radio Internet
4. Radio Satelit
5. Radio Berdefinisi Tinggi (HD Radio)

1. Radio AM²⁸

Radio AM atau modulasi amplitude, adalah radio yang bekerja dengan prinsip memodulasikan gelombang radio dan gelombang audio. Gelombang tersebut keduanya sama-sama memiliki amplitudo yang berkelanjutan konstan.

Namun, proses modulasi tersebut akan mengubah amplitude gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitudo gelombang audio.

2. Radio FM

Radio FM atau modulasi frekuensi, merupakan radio yang bekerja menggunakan prinsip serupa dengan radio AM, yaitu dengan memodulasi gelombang radio (penghantar) dengan gelombang audio. Hanya saja, pada radio FM ini ketika proses modulasi menyebabkan perubahan pada frekuensinya.

Radio dengan sistem FM ini memiliki penyaluran musik jauh lebih sempurna dibanding AM, yang mana hasil dari produksi suara musik dapat didengar lebih jernih, tajam, dan sesuai dengan aslinya. Dalam siaran FM tersebut, Komposisi bass dan treble terpadu harmonis, berbeda dengan siaran AM yang menyajikan musik dengan treble tumpul dan bernoissy.

3. Radio Internet

Sejak adanya penemuan internet, hal ini mulai mengubah transmisi sinyal analog yang digunakan oleh radio konvensional. Radio internet atau

²⁸Ibid



- 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.

yang dikenal sebagai web radio, radio streaming, dan e-radio bekerja dengan cara mentransmisikan gelombang suara lewat internet atau merupakan sebuah layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Cara kerja radio internet hampir sama dengan radio konvensional yang gelombang pendek (short wave), yaitu dengan menggunakan medium streaming berupa gelombang yang konstan.

Sistem kerja ini memungkinkan siaran radio dapat terdengar ke seluruh dunia jikalau pendengar memiliki perangkat internet. Itulah sebabnya banyak kawula ekspatriat yang menggunakan radio internet sebagai obat rindu pada negara asalnya. Di Indonesia, radio internet biasanya dikolaborasikan dengan sistem radio analog oleh stasiun radio teresterial untuk memperluas jangkauan siarnya.

4. Radio Satelit²⁹

Radio satelit mentransmisikan gelombang audio memakai sinyal digital. Berbeda dengan sinyal analog yang bekerja dengan menggunakan gelombang konstan, kemudian gelombang suara ditransmisikan melewati sinyal digital yang berupa kode biner 0 dan 1. Karena menggunakan satelit sinyal ini ditransmisikan ke daerah jangkauan yang lebih jauh dan luas.

Hanya saja siaran radio satelite hanya dapat diterima menggunakan perangkat khusus yang bisa menerjemahkan sinyal terenkripsi. Selain itu, siaran radio satelit ini hanya bisa diterima di tempat terbuka dimana antena pada pesawat radio memiliki garis pandang sejajar dengan satelit pemancar.

Radio satelit hanya bisa bekerja pada areal yang tidak berpenghalang besar seperti terowongan atau gedung. Karena hal itu perangkat radio satelit cocok dan banyak dipromosikan untuk radio mobil. Untuk mendapat transmisi siaran yang baik, perlu dibuat stasiun repeater seperti di negara Amerika agar memiliki kualitas layanan prima.

²⁹Ibid

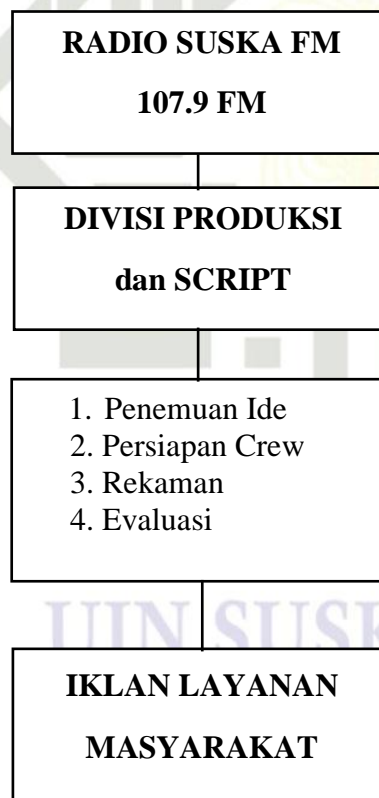


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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. Radio Berdefinisi Tinggi (HD Radio)³⁰

HD radio atau biasa dikenal sebagai radio digital merupakan radio yang bekerja dengan menggabungkan sistem analog dan digital sekaligus dan ditambah beberapa macam-macam saklar. Dengan system tersebut memungkinkan dua stasiun digital dan analog dapat berbagi frekuensi yang sama. Hal ini membuat banyak konten bisa disiarkan pada posisi yang sama serta lebih efisien. Untuk kualitas suara yang dihasilkan HD radio sama jernihnya dengan radio satelit, namun layanan yang ditawarkan gratis.

6. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 : Kerangka Pikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif ialah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan).³¹

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang mana peneliti hanya memaparkan situasi kejadian peristiwa. Tidak menacari atau menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis ataupun memprediksi.³²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Radio Suska FM di Lantai 3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Rimba Panjang, Kec. Tambang, Kabupaten Kampar, Riau 28293.

C. Sumber Data dan Informan Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun sumber data yang digunakan adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang berupa fakta atau keterangan yang diperoleh secara langsung dari sumber data untuk tujuan penelitian sehingga diharapkan penulis dapat memperoleh hasil yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Data primer merupakan data-data yang berasal dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan.³³ Data

Prof. Dr. Afrizal, M.A. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) hlm. 13

Jalauddin Rachmat. *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, edisi kedua cetakan ketiga, 1993), hlm. 24

Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), hlm. 41



- 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Hidayatullah Riau

diperoleh secara langsung dari sumber pertama, yaitu orang yang dijadikan *key informan*. Peneliti mewawancarai langsung divisi audio dan script radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.³⁴

Sumber data sekunder meliputi :

1. Buku, yaitu buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Dokumen, yaitu arsip yang berkaitan dengan radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru
3. Artikel, yaitu tulisan-tulisan yang ada disurat kabar/internet yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif.³⁵ Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset. Keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan (*conversation*). Artinya selain perilaku nonverbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Hal ini mencakup antara lain apa saja yang dilakukan, perbincangan apa saja yang dilakukan termasuk bahasa-bahasa gaul serta benda-benda apa yang mereka gunakan dalam interaksi sehari-hari.³⁶

 Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), Hlm. 42
 Ibid., Hlm. 110
 Rachmat Kriyantono, loc. cit. hlm. 111



- 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.

b. Wawancara

Dalam suatu wawancara terdapat dua pihak yang mempunyai kedudukan berbeda, yaitu pengejar informasi yang biasa disebut pewawancara atau interviewer dan pemberi informasi yang disebut informan, atau responden.³⁷

Adapun dalam wawancara ini digunakan adalah wawancara mendalam (*in depth interview*). Metode wawancara mendalam adalah metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden. Karena itu responden disebut juga informan.³⁸

Wawancara mendalam dilakukan dengan informan kunci (*key informan*) yang didasarkan pada persyaratan-persyaratan utama sehingga mereka merupakan orang-orang yang dinilai dapat memberikan informasi nyata dimata masyarakat. Pada informan dipilih sengaja, yaitu mereka yang diperkirakan mampu memberikan jawaban lengkap.

Wawancara mendalam ini dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disusun dan digunakan sebagai pedoman saja. Penggunaan teknik wawancara terbuka dipilih karena dinilai lebih sesuai untuk penelitian kualitatif yang biasanya lebih berpandangan terbuka. Dengan teknik ini maka responden akan mengetahui bahwa responden sedang diwawancarai dan mengerti pula maksud wawancara tersebut. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap informan kunci, yaitu divisi audio dan divisi script radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru. Penentuan informan ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa informan tersebut dikualifikasikan mempunyai potensi mengetahui masalah yang peneliti ingin ungkapkan.

³⁷Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm. 67

³⁸Rachmat Kriyantono, op. cit. hlm. 63-64



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.

c. Penentuan informan

Informan adalah orang yang diwawancarai dan dimintai informasi.³⁹ Informan dalam penelitian ini berperan sebagai responden, dimana peneliti akan menjaring informasi sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan bahan analisa penelitian.

E. Validitas Data

Pada penelitian ini, validitas data didapatkan dari data didapatkan dari hasil wawancara peneliti terhadap informan penelitian. Data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Untuk menyakinkan kebenarannya ini maka dibutuhkan teknik triangulasi.

Adapun teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi data, dimana peneliti menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia.⁴⁰

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumenasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁴¹

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dimana tujuan penelitian secara deskriptif ini adalah untuk mendeskripsikan secara akurat fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Maka dari itu, dengan metode ini peneliti akan menganalisa data dengan penyajian data dalam bentuk pernyataan atau kalimat yang menjelaskan substansi permasalahan, hingga tergambar jelas bagaimana strategi kreatif iklan layanan masyarakat radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru.

³⁹Burhan Bungin, Prof. Drs, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007) hlm. 108
⁴⁰Rachmat Kriyantono, op. cit. hlm. 72
⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 89

Secara teknis, analisa data yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini ialah sebagai berikut:

a. Mencatat Data

Peneliti akan mencatat data-data penting berkaitan dengan penelitian yang informasi penting dan informasi pendukung.

b. Mengumpulkan dan menyusun data

Peneliti mengumpulkan data yang sudah didapat serta menyusunnya menjadi suatu analisa penelitian untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian.



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.



1. Dilarang menyalin 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)

Sejarah Perkembangan Radio Suska 107.9 FM Pekanbaru



Gambar 4.1
Logo Suska FM

Radio Komunitas Suska FM berdiri pada tahun 2003 dan diresmikan oleh Prof. Dr. H. M. Nazir pada 10 Desember 2012.

Pada tahun 2003-2005, studio Radio Suska FM terletak di kampus IAIN Sukajadi. Sempat pernah tidak beroperasi sekitar hampir dua tahun, akhirnya di tahun 2007, studio Radio Suska FM berpindah ke kampus UIN Suska yang berada di Panam dan mulai beroperasi kembali.

Sejak 2003 hingga 2008, Radio Suska FM hanya mengandalkan penyiaran melalui media streaming. Pada 2009, radio dengan tagline Voice of Campus ini mulai melakukan penyiaran melalui frekuensi 107.9 FM dengan jangkauan layanan maksimal 5km dari titik pemancar.

Suskaners merupakan sebutan untuk pendengar Radio Suska Fm. Target pendengar Radio Suska Fm adalah sivitas akademika UIN Suska Riau dan masyarakat umum yang berada tidak jauh dari sekitar kampus.⁴²

<https://suska.fm/sekilas-pandang/> diakses pada 9 Januari 2023 pukul 20.00 WIB



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan 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.

Radio Suska FM mengudara setiap Senin-Sabtu, mulai dari pukul 08.00 s.d. 17.00 WIB. Namun sejak Pandemi Covid-19, Radio Suska Fm hanya melakukan penyiaran streaming setiap Senin-Jumat, dari pukul 08.00 s.d. 15.00 WIB. Streaming dapat didengarkan melalui suskafm.com atau aplikasi Android Klik Radio. Akhir 2022 Radio Suska Fm Kembali mengudara dengan jarak siar sekitar.⁴³

Saat ini, Radio Suska FM menjadi bagian dari aktivitas sebagian besar sivitas akademika UIN Suska Riau dan masyarakat sekitarnya dalam berbagai suasana dengan sajian hiburan, informasi, dan dakwah.

Radio Suska FM juga turut menjadi media partner di setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh kampus maupun komunitas yang berada di luar kampus.

3. Visi dan Misi Radio Suska 107.9 FM Pekanbaru

VISI:

Menjadi saluran informasi dan hiburan edukatif yang menginspirasi bagi seluruh sivitas akademik UIN SUSKA Riau dan masyarakat di luar UIN SUSKA Riau serta menjadi radio kampus nomor satu di Pekanbaru dan sekitarnya.

MISI:

1. Menjadikan Radio SUSKA FM sebagai citra dari kampus UIN SUSKA Riau.
2. Membuat dan menyajikan program-program yang menarik, menghibur, dan mendukung dalam bentuk siaran on air dan off air.
3. Menjadi wadah aspirasi mahasiswa UIN SUSKA Riau tentang hal-hal yang berkaitan dengan kampus maupun isu sekitar.

Wawancara dengan narasumber Vanissa Marzaita Saleh dan Tasya Fadila, Jum'at 13 Januari 2023



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. Merangkul seluruh pendengar menjadi bagian dari keluarga Radio SUSKA FM.
5. Menjalin kerja sama dengan pihak internal dan eksternal UIN SUSKA Riau.⁴⁴

Data Radio Suska Fm 107.9 FM Pekanbaru

Nama Stasiun	: Suska Fm 107.9 FM
Tag Line	: Voice of Campus
Alamat	: Lantai 3 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
Telepon	: 0823-8678-1097
Web Streaming	: www.suskafm.com
Instagram	: @suskafm
Twitter	: @suskafm
Tiktok	: @suskafm
Youtube	: Radio Suska FM
Facebook	: Suska FM Pekanbaru
Kepala Laboratorium	: Mustafa, S.Sos. M.I.Kom
Station Manager	: Alma Syihab
Kepala Bagian	: Sigi Savian
Sekretaris & Kepala Divisi Script:	Erin Derlina
	- Kala Deandra

Ibid



- 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.

Kepala Divisi Music Director : Oena Haniva

- Linka Olivia

- Wiga Azhari

Kepala Divisi Produksi : Ziva Fahira

- Aura Damira

- Hanum

- Adhi Winata

- Dwiki Andrian

Kepala Divisi Redaksi : Kenza Delvano

- Dini Amanda

- Vania Dinanti

- Nadya Rahmi

- Pandu Andika

Kepala Divisi Humas : Leta Zevanya

- Nilam Aluna

- Adiba Virza

Kepala Divisi Sosial Media : Fatin Andini

- Teza Mahendra

D. Tugas dan Tanggung Jawab Jabatan

Kepala Laboratorium

Seorang kepala laboratorium mempunyai tanggung jawab menyusun rencana kerja stasiun penyiaran radio, baik jangka pendek, jangka



- 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.

menengah, maupun jangka panjang. Selain itu mengarahkan dan mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja sekaligus mengawasi, mengevaluasi kerja stasiun penyiaran radio secara menyeluruh untuk memenuhi pencapaian sasaran pendengar.

c. Stasiun Manajer / Station Manager

Stasiun Manajer / Station Manager Bertugas mengatur dan mengelola radio dari karyawan sampai dengan penyiar. Jika kalau ada program baru dari Program Director atau lagu baru dari Music Director itu semua harus persetujuan dari Station Manager.

d. Music Director

Seorang Music Director mempunyai tugas menyediakan musik yang dibutuhkan, memberikan masukan musik yang tepat, memasukkan lagu atau musik baru (tergantung kebutuhan). Orang ini menseleksi lagu-lagu yang masuk ke radio atau lagu-lagu yang dikirim oleh label.

e. Humas

Humas Suska FM sebagai narahubung jika ada pihak luar yang ingin berkomunikasi ke Suska FM. Humas juga berperan mencari media partner.

f. Penyiar / Announcer

Orang ini merupakan orang yang paling bertanggung jawab terhadap jalannya acara atau program radio. Bagus tidaknya radio juga ditentukan oleh penyiar dalam membawakan program radio tersebut.

g. Program Director

Orang ini memiliki tanggung jawab penuh mengelola program siaran radio. Orang ini memiliki kemampuan yang khusus mulai dari perencanaan hingga organisator bagi setiap bentuk program radionya.

59. Production Director

Orang ini bertanggung jawab untuk membuat promo program jingle dan iklan dan juga membuat program-program unggulan yang akan membuat radio itu naik retingnya.

Reporter

Seorang reporter bertanggung jawab untuk melaporkan kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi saat diadakannya sebuah event oleh Radio Suska FM kepada penyiar yang sedang bertugas atau on-air di Radio Suska FM.

Sosial Media

Berperan mengatur media sosial Suska FM, terutama dalam konteks berbisnis agar media sosial tersebut dapat menjadi sumber bagi perusahaan untuk mendapatkan feedbacks dan juga membentuk brand image yang positif.

59. © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



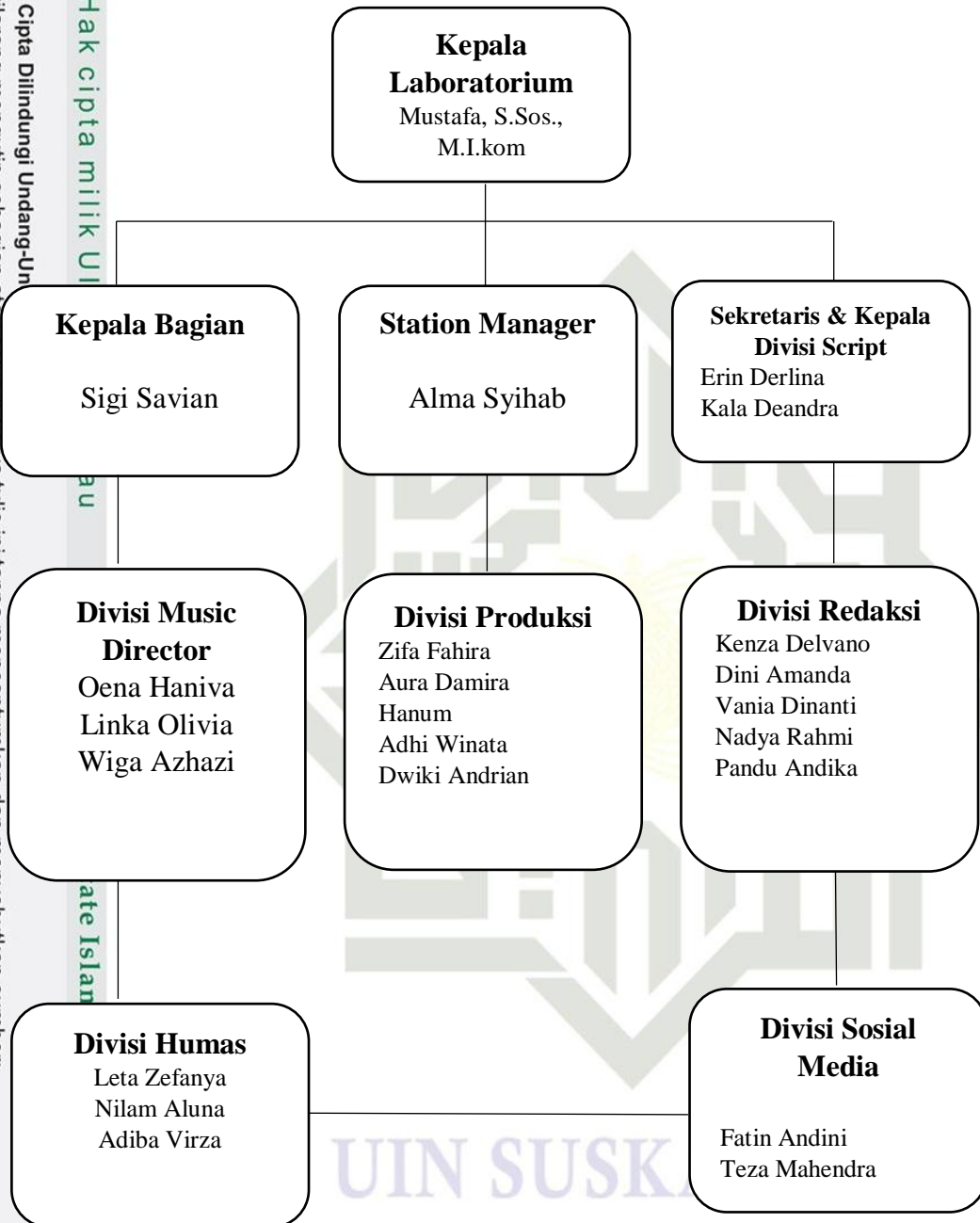
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



E. Struktur Organisasi Radio Suska FM Periode 2021

- 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.



Gambar 4.2
Struktur Organisasi



F. Product Detail

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

a. 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.

Radio Suska FM 107.9 FM Pekanbaru mempunyai beberapa product detail dalam melakukan siarannya, diantaranya sebagai berikut :

1. Iklan

Iklan yang mengedukasi masyarakat yang dikemas dengan menarik yang mempunyai durasi lebih kurang 60 detik.

2. Adlips

Informasi tentang suatu produk yang dibacakan atau di informasikan oleh penyiar Suska FM Pekanbaru secara langsung.

3. Talkshow

Perbincangan dengan mengangkat suatu topik bersama narasumber yang berkompeten terhadap topik yang akan dibahas. Talkshow ini disiarkan oleh radio Suska FM hanya di waktu-waktu tertentu saja.

4. Filler

Informasi tentang suatu peristiwa, objek, sejarah, tradisi yang dirangkum tim Suska FM Pekanbaru dari berbagai sumber.

Program-Program Radio Suska FM

Radio Suska FM memiliki beberapa program, diantaranya sebagai berikut.

Suska in the Morning

Suska in the Morning ialah program yang membawakan berita kampus, lokal, dan internasional. program ini tayang setiap Senin - Jum'at selama 2 jam yaitu pukul 08.00 – 10.00 WIB. Jumlah penyiar 2 orang. Alasan program Suska in the Morning membawakan tentang berita karena menyesuaikan kebutuhan pendengar. Biasanya di pagi hari para pendengar ingin mendapatkan info yang fresh dan up to date dengan berita terkini. Pernyiar berjumlah 2 orang.

Syahdu

Syahdu singkatan dari secercah cahaya dhuha. Syahdu mengusung program religi selama satu jam setiap hari Senin- Jum'at pukul 10.00-



- 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.

11.00 WIB. Program ini mengudara setelah program Suska in the Morning. Program Syahdu membahas seputar keislaman, mulai dari Hadist hingga fakta-fakta seputar dunia islam. Penyiar hanya 1 orang.

The Highlight

Program ini mengudara setiap Senin – Jum’at pukul 13.00 – 14.00 WIB selama satu jam. The Highlight membahas tentang film-film terbaru, buku terbaru, dan life style.

Mitos atau Fakta

Program Mitos atau Fakta program satu jam yang membahas tentang mitos atau fakta yang beredar di kalangan masyarakat. Contohnya: sebenarnya memakan es batu bisa membuat gigi kita rusak atau tidak. Program ini mengudara setiap Senin – Jum’at pukul 14.00 – 15.00 WIB.

5. Afternoon Show

Program Afternoon Show mengudara selama 2 jam pukul 13.00 – 15.00 WIB pada hari Senin – Jumat. Program ini biasanya membuka question box di Instagram untuk memudahkan para suskaners berinteraksi dengan penyiar radio. Jumlah penyiar program ini ialah 2 orang.

Insightfull Talk

Insightfull Talk ialah program berbentuk talkshow. Program ini tidak mengudara setiap hari seperti program lainnya. Program ini tergantung oleh ada atau tidaknya narasumber. Jika ada narasumber yang ingin bekerja sama dengan Suska FM maka program ini baru mengudara.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat peneliti tarik suatu kesimpulan yaitu Radio Suska FM Pekanbaru memiliki strategi kreatif dalam memproduksi iklan. Strategi kreatif tersebut dilihat dari proses produksi iklan yang dibuat oleh Radio Suska FM menggunakan ide yang orisinal atau tidak meniru juga mengutamakan nilai etika, memproduksi iklan yang unik dan beda dari setiap iklan yang diproduksi bahkan dalam penggunaan background serta sound effect dengan menggunakan suara musik bernada yang mana menjadi perhatian penting bagi tim produksi agar iklan yang dihasilkan terkesan simple dan enak didengar sesuai dengan target pendengar anak muda yang selalu mengikuti trend perkembangan zaman serta dapat memuaskan klien dengan iklan yang bagus dan menarik.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, ada saran yang ingin diberikan kepada Radio Suska FM yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan manfaat, yaitu: dalam memproduksi iklan layanan masyarakat sebaiknya ditetapkan targetnya perbulan minimal membuat 1 buah iklan layanan masyarakat sehingga jumlah iklan lebih bervariasi dan para pendengar tidak mudah bosan jika iklan yang di dengar hanya itu-itu saja.



DAFTAR PUSTAKA

- © 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.
- BUKU:**
- Affzal, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Pratt, Stanley J. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. PT Gelora Aksara Pratama
- Burhan, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Affendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Affendi, Onong Uchjana. 1999. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Perdinanto, Andhika Bagus Pratama. 2010. *Proses Produksi Iklan Radio Di Lembaga Penyiaran Publik Rri Surakarta*.
- Haiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Salauddin, Rachmat. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosidakarya Offset
- Khasali, Rhenald Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kertamukti, Rama 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Masduki 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Lkis
- Morissan. 2009. *Menajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI
- Rachman, Abdul. 2010. *Dasar-dasar Penyiaran*. Pekanbaru: Unri Press



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip, mengarang, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan 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
 UIN Suska Riau
 Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Latief, Rusman, dan Yusiatie Utud. 2017. *Siaran Televisi Non Drama: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Kencana

Hisa Resi Sila Utami 2016. *Dasar-dasar Penyiaran*

Quiryono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung

Perundang-Undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran

JURNAL:

ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.8, No.6 Desember 2021

Dani Al Jafi & Aryo Bayu Wibisono Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN Veteran” Jatim Vol. 2 Tahun 2013

Maulana Kemal aqwan, Fatmawati, “Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning show di NET, Profetik Junal Komunikasi, Vol.11 No.02 Oktober 2018

Relly Ananda Pratiwi, Dasrun Hidayat, “Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi” Komunikologi Volume 17 Nomor 02

Wawancara dengan divisi produksi Suska FM Vanissa Marzaita Saleh dan Tasya Fadila, dan Nilam Aluna.

WEB:

<https://suskafm.com/>

<https://belajarekonomi.com/periklanan/>

FOTO DOKUMENTASI

Gambar 5.1 Ruang Produksi Radio Suska FM



- 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.

Gambar 5.2 Ruang Siaran Suska FM



© 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.

Gambar 5.3 Wawancara dengan Divisi Produksi dan Script



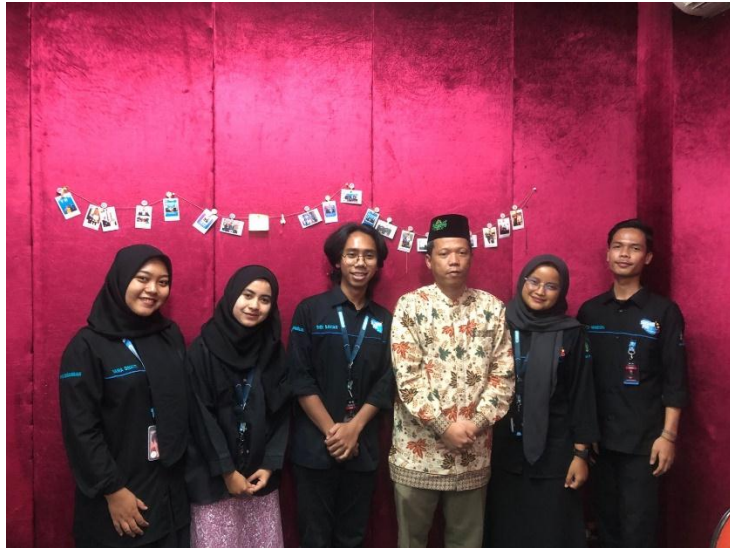
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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.

Gambar 5.4 Foto bersama dengan narasumber



Gambar 5.5 Piagam Penghargaan Suska FM



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 PERTANYAAN WAWANCARA:

1. Iklan layanan masyarakat apa saja yang telah di produksi oleh Suska FM?

2. Bagaimanakah strategi kreatif dalam pembuatan iklan layanan masyarakat yang di lakukan oleh Suska FM?

3. Berapa lama waktu yang dihabiskan untuk memproduksi iklan layanan masyarakat di Suska FM?

4. Hambatan apa saja yang di temui dalam proses produksi iklan layanan masyarakat di Suska FM?

5. Bagaimanakah cara mengatasi hambatan tersebut?

6. Berapa biaya yang diperlukan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat di Suska FM?

7. Apa saja faktor pendukung dalam proses produksi iklan dan pembuatan script?

8. Adakah target jumlah pembuatan iklan layanan masyarakat di Suska FM?

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. 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.

