

ANALISA ISI IKLAN RADIO EBS 101,25 FM

**(Studi deskriptif tentang tampilan iklan radio yang disiarkan
di Radio EBS 101.25 FM – Surabaya
selama masa siar Oktober 1995 – Oktober 1996)**

SKRIPSI



KK .
Fis K. 90/97
Ami
a:

OLEH :

FARAH AMINI

NIM. 079113054

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
Semester Genap Tahun 1997**

ANALISA ISI IKLAN RADIO EBS 101,25 FM

**(Studi deskriptif tentang tampilan iklan radio yang disiarkan
di Radio EBS 101,25 FM – Surabaya
selama masa siar Oktober 1995 – Oktober 1996)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan
Memenuhi Syarat – Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



OLEH ;

FARAH AMINI

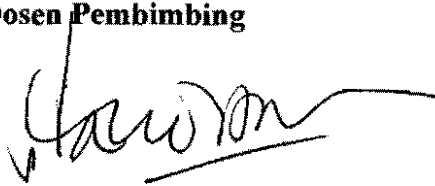
NIM. 079113054

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
Semester Genap Tahun 1997**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Skripsi ini disetujui untuk diujikan
pada tanggal 11 Juli 1997**

**Surabaya, 4 Juli 1997
Dosen Pembimbing**



**Dra. S.S. Andarini, SU
NIP. 130 873 458**

HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji
pada tanggal 11 Juli 1997**

Ketua Penguji



Drs. Yan Yan Cahyana, MS
NIP. 131 289 506

Anggota



Drs. Suko Widodo
NIP. 131 999 638

Dosen Pembimbing



Drs. S.S. Andarini, SU
NIP. 130 873 458

ABSTRAK

Komunikasi telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa diabaikan dalam kehidupan manusia baik pada kesehariannya maupun dalam dunia industri yang semakin maju dan mengglobal. Hal ini terlihat dengan makin berkembangnya teknologi dan kemampuan media massa sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan.

Setiap media massa sebagai saluran komunikasi penyampai pesan memiliki karakteristik yang berbeda. Dan masing-masing memiliki kekuatan dan kekurangan. Radio sebagai media massa bersifat auditif, selintas dan anti detil. Untuk itu iklan radio sebagai salah satu bentuk pesan yang disampaikan lewat media ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan kelebihan yang ada pada radio. Iklan harus ditampilkan dengan unsur-unsur yang dapat meningkatkan efektifitas penyampaian pesan sesuai dengan jenis produknya.

Penelitian ini bermaksud mengetahui unsur-unsur tampilan pesan yang dipergunakan pada iklan radio berdasarkan jenis produknya. Penelitian ini didasarkan pada teori-teori komunikasi massa serta teori produksi pesan yang menunjukkan proses penciptaan pesan dengan melalui tahapan-tahapan tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode analisa isi untuk mendapat jawaban dari permasalahan yang ada. Dari rangkaian analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada iklan produk dari kategori produk yang berbeda akan terdapat perbedaan pemanfaatan unsur-unsur tampilan dengan kombinasi yang juga berbeda. Di samping itu iklan untuk radio sebagian besar merupakan iklan yang diproduksi khusus untuk penayangan di radio.