



RINGKASAN

NOVITA MAGDALENA CHARITABELLA. 2021. Proses Produksi Iklan di Radio Suara Salatiga. *The Production Process of Advertising at Radio Suara Salatiga.* Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI.

Banyaknya media yang saat ini telah digunakan, media massa radio tidak pernah pudar dari permukaan. Banyak radio yang masih mengudara bahkan terus meningkat peminatnya. Radio juga masih menjadi salah satu media massa yang terus dijadikan tempat untuk memasang iklan. Radio Suara Salatiga, menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kota Salatiga yang berada di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Salatiga juga menjadi andalan masyarakat Kota Salatiga untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang dimiliki. Bukan hanya iklan-iklan produk dan jasa milik perseorangan saja, tapi karena dibawah naungan Pemerintah Daerah, tentu Radio Suara Salatiga sering menyiarkan iklan layanan masyarakat.

Iklan-iklan yang disiarkan di Radio Suara Salatiga tentu membutuhkan peran beberapa orang seperti penulis naskah, pengisi suara dan *editor*. Walaupun terkadang ketiga peran tersebut dilakukan langsung oleh satu orang yang tentu tetap dibantu oleh orang lain untuk mengisi suara. Proses produksi iklan yang harus melalui pra produksi, produksi dan pasca produksi sangat menarik untuk diketahui lebih dalam. Permainan intonasi, pemilihan kata dan penempatan efek suara serta backsound yang dapat mempengaruhi pendengar dalam menilai iklan yang disiarkan.

Tujuan Laporan Akhir ini yaitu untuk menjelaskan lebih mendalam mengenai proses produksi iklan spot yang berada di Radio Suara Salatiga. Pengumpulan data untuk melengkapi Tugas Akhir berlokasi di Radio Suara Salatiga yang beralamatkan di Jalan Pemuda No.3 Kota Salatiga. Waktu pengumpulan data telah dilakukan selama dua bulan yang dimulai dari tanggal 4 Maret 2021 – 16 Mei 2021. Data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder yang telah didapatkan dengan teknik pengumpulan data seperti partisipasi aktif, observasi, wawancara dan studi Pustaka.

Dalam proses produksi iklan tentu sering mengalami hambatan. Hambatan-hambatan dapat terjadi karena masalah teknis maupun nonteknis. Hambatan yang timbul akibat kesalahan teknis adalah kesalahan yang muncul dari alat-alat penunjang proses produksi. Kesalahan nonteknis yaitu kesalahan yang muncul bukan dari peralatan melainkan dari orang yang melakukan pembuatan iklan. hambatan-hambatan tersebut tentu dievaluasi dan diselesaikan dengan solusi terbaik yang telah disepekat bersama.

Kata kunci: lembaga penyiaran publik, periklanan, proses produksi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.