

**EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO SAS
FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG**

Periode 1- 28 Februari 2015

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

EKOWATI DYAH MURWANI

NIM. 2010071014

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Kesehatan Universitas Sahid Surakarta yang bertandatangan di bawah ini,

NAMA : **EKOWATI DYAH MURWANI**

NIM : **2010071014**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi :

JUDUL : **EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO
SAS FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
Periode 1- 28 Februari 2015**

Adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar Vokasi yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, September 2015

Yang Menyatakan



(EKOWATI DYAH MURWANI)
NIM. 2010071014

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : EKOWATI DYAH MURWANI
NIM : 2010071014
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Fakultas : BISNIS DAN KOMUNIKASI
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (***Non-exclusive Royalty Free Right***) atas Skripsi saya yang berjudul : **“EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO SAS FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG Periode 1- 28 Februari 2015”**.

Beserta instrumentnya/desain/perangkat (jika ada), berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Surakarta

Pada tanggal : September 2015

Yang membuat pernyataan,

(EKOWATI DYAH MURWANI)
NIM. 2010071014

LEMBAR PERSETUJUAN

EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO SAS FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG

Periode 1- 28 Februari 2015

Disusun Oleh :

EKOWATI DYAH MURWANI

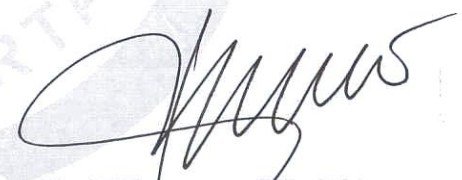
NIM. 2010071014

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
Dihadapan dewan penguji
Pada tanggal...6...*oktober*...2015

Pembimbing I


Paramastu Titis Anggitya, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN. 0620128302

Pembimbing II


Hari Wiryawan, SH., MA.
NIDN. 0605106303

Mengetahui
Ketua Program Studi


Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO SAS FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG

Periode 1- 28 Februari 2015

Disusun Oleh :

EKOWATI DYAH MURWANI

NIM. 2010071014

Skripsi ini telah diterima dan disahkan

Oleh dewan penguji skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta

Pada.....Selasa..... Tanggal.....6 Oktober 2015.....

Dewan Penguji

1. Penguji

: Dyah Retno Pratiwi, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0616068502



Mengetahui

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

Dekan
Fakultas Bisnis dan Komunikasi



Paramastu Titis Anggitya, S.Sos, M.I.kom
NIDN. 0620128302
BISNIS DAN KOMUNIKASI

MOTTO

Cepatlah bertindak.. intinya ”BERSEGERALAH”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang selalu mendoakan penulis sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik, juga memberi semangat.
2. Wahyu Elok Nindya Murwani adik tercinya yang selalu tersenyum menyambut penulis, sehingga menimbulkan semangat.
3. I Putu Guna Legawa, yang selalu sabar memberi nasehat dan semangat sehingga bisa selaleai skripsi ini.
4. Teman-teman yang selalu menghibur dan saling menyemangati.
5. Semua dosen yang telah membimbing dan mengajarkan hal-hal positif sehingga bisa berguna dimasa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugrah-NYA yang berlimpah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “EFEKTIVITAS IKLAN CANDI ELEKTRONIK DI RADIO SAS FM SOLO TERHADAP MINAT PENGUNJUNG (Periode 1 – 28 Februari 2015)”. Skripsi ini merupakan tugas akhir perkuliahan penulis sebagai syarat mencapai gelar sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi. Penulis berharap kedepannya skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa lain dalam mengembangkan penelitian. Tentunya skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan gagasan baru, kritik serta saran yang membangun demi perbaikan.

Pada proses penyelesaian skripsi ini penulis dapat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak serta penulis tidak hanya mengandalkan kemampuan diri sendiri, tentu begitu banyak pihak yang memberi kontribusi, baik berupa buah pikiran maupun dorongan dan motivasi. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

6. Prof. Dr. Ir. Kohar Sulistyadi, MSIE, selaku rektor Universitas Sahid Surakarta
7. Prof. H. Hartanto, SH., M. Hum, selaku wakil rektor II Universitas Sahid Surakarta.
8. Sri Huning Anwariningsih, S.T, M.Kom, selaku wakil rektor III Universitas Sahid Surakarta.

9. Chatia Hastasari, S.Sos, M.I.Kom selaku kaprodi yang senantiasa memberi pengarahan kepada penulis.
10. Paramastu Titis Anggitya, S. Sos, M.I.Kom selaku pembimbing pertama yang begitu sabar memberi masukan dan nasehatnya kepada penulis.
11. Hari Wiryawan, S.H, M.A selaku pembimbing ke dua yang telah memberi nasehat.
12. Kedua orang tua yang selalu mendoakan penulis sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik, juga memberi semangat.
13. Wahyu Elok Nindya Murwani adik tercinya yang selalu tersenyum menyambut penulis, sehingga menimbulkan semangat.
14. I Putu Guna Legawa, yang selalu sabar memberi nasehat dan semangat sehingga bisa selalesai skripsi ini.
15. Teman-teman yang selalu menghibur dan saling menyemangati.

Surakarta, September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1.Landasan Teori	8
2.1.1. Media Radio	8
2.1.2. Target Audien Audien	11

2.1.3. Iklan Radio	13
2.1.3.1 Elemen Iklan Radio	14
2.1.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Iklan Radio	16
2.1.3.3 Efektifitas Iklan Radio	17
2.1.4. Minat	19
2.1.5. Iklan	28
2.1.6. Model-Model Efek Periklanan	39
2.1.7. Penelitian Terdahulu	45
2.2. Kerangka Pemikiran	46
2.3. Hipotesis	48
2.4. Definisi Konseptual	48
2.5. Definisi Operasional	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1. Jenis Penelitian	52
3.2. Lokasi Penelitian	52
3.3. Sumber Data	54
3.3.1. Data Primer	54
3.3.2. Data Sekunder	54
3.4. Teknik Pengumpulan Sampel	55
3.4.1. Populasi	55
3.4.2. Sampel	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data	57
3.6. Validitas Data	59
3.7. Teknik Analisis Data	60

BAB IV	HASIL PENELITIAN	62
4.1.	Deskripsi Lokasi Penelitian	62
4.1.1.	Radio SAS FM Solo	62
4.1.2.	Candi Elektronik	65
4.2.	Hasil Analisis Data	66
4.2.1.	Karakteristik Responden	67
4.2.2.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	69
4.2.3.	Efektivitas Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo Terhadap Minat Pengunjung Periode 1- 28 Februari 2015	74
4.3.	Pembahasan	76
4.3.1.	Karakteristik Responden	77
4.3.2.	Efektivitas Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo	80
4.3.3.	Minat Pengunjung ke Toko candi Elektronik Solo Periode 1- 28 Februari 2015	81
4.3.4.	Efektivitas Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo Terhadap Minat Pengunjung Periode 1- 28 Februari 2015	82
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	85
A.	Simpulan	85
B.	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1. Diagram Pie Karakteristik Responden Menurut Usia.....	68
Gambar 4.2. Diagram Pie Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan....	69
Gambar 4.3. Diagram Batang Jawaban Responden berdasarkan Frekuensi Mendengarkan Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo	71
Gambar 4.4. Diagram Batang Jawaban Responden berdasarkan Intensitas Mendengarkan Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo	72
Gambar 4.5. Diagram Batang Jawaban Responden berdasarkan Minat Kunjungan ke Toko Candi Elektronik Solo	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Karakteristik Format Siaran	9
Tabel 2.2 Model AIDA	44
Tabel 3.1 Skala Likert	58
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Menurut Usia .	67
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	68
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Frekuensi Mendengarkan Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo	70
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Intensitas Mendengarkan Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo	71
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Minat Responden Untuk Mengunjungi Toko Candi Elektronik Solo	73
Tabel 4.6. Hasil Analisis Efektivitas Iklan Candi Elektronik di Radio SAS FM Solo Terhadap Minat Pengunjung Periode 1- 28 Februari 2015	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bagan Struktur Organisasi SAS FM Solo 2015

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Sebaran Data Penelitian

Lampiran 4. Hasil Wawancara dengan Kepala Toko Candi Elektronik

Lampiran 5. Hasil Uji



ABSTRAK

Perkembangan teknologi di dunia ini sangat pesat. Hal ini menjadikan kebutuhan manusia bisa dibantu dengan peralatan teknologi yang sudah merata di hampir semua sektor kehidupan manusia. Dengan demikian menjadikan banyak sekali toko yang menjual barang elektronik. Salah satunya adalah Candi Elektronik, toko yang menjual berbagai macam barang kebutuhan tersebut. Dengan harga murah dan berbagai tawaran menarik dengan adanya *voucher* dan kupon undian untuk pelanggan setiannya. Maka dari itu, Candi Elektronik memilih radio sebagai media untuk beriklan, dalam hal ini adalah Radio SAS FM. Karena media radio adalah salah satu media yang efektif bagi masyarakat dengan jangkauan yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas iklan Candi Elektronik yang disiarkan di Radio SAS FM Solo terhadap minat pengunjung.

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Variabel independen dalam penelitian ini adalah iklan di radio SAS FM Solo dan sebagai variabel dependen adalah minat pengunjung di Candi Elektronik. Data diperoleh melalui kuesioner sebagai data primer dan wawancara sebagai data sekunder. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tabel tunggal dan analisis regresi linier berganda. Dengan hasil iklan Candi Elektronik di radio SAS FM sudah efektif untuk menarik minat pengunjung.

Kata kunci : efektivitas iklan, radio, minat.

ABSTRACT

Technological growth in this world was very fast. This matter make the requirement of human being can be assisted with the technological equipments flatten in most of all human life sector. Thereby make a lot of shop selling electronic goods. One of them was Candi Electronic, shop selling assorted of the requirement goods. The price of cheap and various bargain draw with the existence of voucher and lotterij ticket for the customer as devoted as. So that Candi Electronic has chosen the radio as a media for advertisement, in this case has SAS FM Radio. This matter because of passing radio media has one of effective media to society with the penetritive and wide of reach various society coats. Intention of this research was to know the advertisement effectiveness level of candi Electronic broadcasted in SAS FM Solo Radio to visitor enthusiasm.

Research represent the quantitative research by using was AIDA (Attantion, Interest, Desire, Action) theory. Independent variable in this research was advertisement broadcasted in SAS FM Solo Radio and as dependent variable was visitor enthusiasm at Candi Electronic. Data was obtained to passquestioner as primary data and interview as secondary data. Data analysed to use the single tables analyst technique and multiple linear regressions analyze. With the result that the advertisement of Candi Electronic has broadcasted in SAS FM Solo have effective to draw the visitor enthusiasm.

Keyword: advertisement effectivity, radio, enthusiasm.