

Firman Firdaus. NIM. 10.05.3.1.1.00055. Tahun 2014. advertising production planning in Karimata FM radio. Dibawah bimbingan Farida Nurul Rahmawati, S.S.M.SidanR. BambangMoertijoso, S,Sos.,M.Si

ABSTRACT

This research aims to understand the strategy which's used by Karimata FM in planning an advertising production. The location of this research take a place in Karimata FM Radio, Pamekasan, by using qualitative descriptive method. Deep interview, documentation and observation are used as a way to collect the data from the informants. The data analysis conducted by using qualitative descriptive method.

The result of the research shows there are some steps of strategy which's used by Karimata, that is communication planning strategy step which is used P Process communication include research, program, experiment, adaptation, implementation, and monitoring, evaluation monitoring and adjustment. The superiority of communication planning strategy by Karimata FM seen in experiment, adaptation and adjustment of evaluation mentoring. Starting at advertising production planning, Karimata also follow the existing advertisement construction concept which includes the introduction (research) to advertising target, the selection of media that will be used, preparation of advertising manuscript, preparing budget, determining advertising schedules so that the advertisement which is created is not arbitrary, especially in making advertising manuscript because it should made by notice the provisions in making advertising manuscript technique, such as writing for speaking, writing asform of direct communication, writing in creative framework, writing in once saying principle, and writing with the awareness that their work will be realized in the form of voices. Both of those things is a key of the successness of Karimata that has been achieved at this time and become a more valuefor Karimata than other radios, such as keep in touch with advertisers and ma ke advertisement as creative as possible with the existing provisions.

Key Word : Communication Planning Strategy, P Process, advertising production planning, Karimata FM

Firman Firdaus. NIM. 10.05.3.1.1.00055. Tahun 2014. Perencanaan Produksi Iklan di Radio Karimata FM. Dibawah bimbingan Farida Nurul Rahmawati, S.S.M.Si dan R. Bambang Moertijoso, S.Sos.,M.Si

ABSTRAKSI

Penelitian ini ingin mengetahui strategi yang digunakan Karimata FM dalam perencanaann produksi iklan. Lokasi penelitian Radio Karimata FM pamekasan, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. . Wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi, digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data dari para informan. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan Karimata ada beberapa tahap, yaitu tahap strategi perencanaan komunikasi yang mana karimata menggunakan strategi komunikasi P Proses yang meliputi riset, rencana, ujii coba dan penyesuaian, implementasi dan monitoring, monitoring evaluasi dan penyesuaian. Keunggulan dari strategi perencanaan komunikasi Karimata ini terlihat pada uji coba dan penyesuaian dan pada monitoring evaluasi penyesuaian. Dari perencanaan produksi iklan Karimata juga mengikuti konsep pembuatan iklan yang ada yang meliputi pengenalan (penelitian) terhadap sasaran iklan, pemilihan media yang akan digunakan, penyusunan naskah iklan, penyediaan anggaran biaya, penentuan jadwal pemasangan iklan sehingga iklan yang dibuat tidak asal-asalan, khususnya pada penyusunan naskah iklan karena dibuat dengan melihat ketentuan dalam tehnik penyusunan naskah iklan seperti menulis untuk berbicara, menulis sebagai bentuk komunikasi langsung, menulis dalam kerangka kreatif, menulis dengan prinsip sekali ucap, dan menulis dengan kesadaran bahwa hasil karyanya akan diwujudkan dalam bentuk suara. Kedua hal tersebut merupakan kunci kesuksesan karimata yang telah dicapai saat ini dan menjadi nilai lebih karimata dibandingkan radio lain, seperti tetap menjalin komunikasi dengan pengiklan dan membuat iklan sekreatif mungkin dengan ketentuan yang sudah ada.

Kata kunci : Strategi Perencanaan Komunikasi, P Proses, Perencanaan Produksi Iklan, Karimata FM