



**PENGARUH KEGIATAN *OFF AIR* PROMO
PRODUK CLEAR *SHAMPOO SAKURA FRESH*
terhadap CITRA RADIO PROSALINA sebagai
MEDIA PENYIARAN di KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

OLEH
Niki Ayu Lestari
NIM. 1310521001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
MEI 2017

**Pengaruh Kegiatan Off Air Promo Produk Clear
Shampoo Sakura Fresh terhadap Citra Radio
Prosalina sebagai Media Penyiaran di Kabupaten
Jember**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :
Niki Ayu Lestari
NIM. 1310521001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
MEI 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Niki Ayu Lestari, NIM: 1310521001 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Progam Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 3 Juni 2017

Tempat : Lantai 3 Gedung B Ruang 3.2 UM Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Suyono, SH., M.I.Kom
NIDN. 0705086503

Ari Susanti, S, Sos. M. Med.Kom
NIDN. 0701047701

Anggota,

Sudahri, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0704067901

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,

Dr.Emy Kholifah R.,M.Si
NIDN. 0702503670

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: "PENGARUH KEGIATAN *OFF AIR* PROMO PRODUK CLEAR SHAMPOO SAKURA FRESH terhadap CITRA RADIO PROSALINA sebagai MEDIA PENYIARAN di KABUPATEN JEMBER" yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Progam Studi Ilmu Komunikai pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis tidak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggan penulis apabila ada kritik dan saran-saran yang baik sebagai bekal melangkah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan kali ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Emy Kholifah selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Bapak Suyono selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi
3. Bu Ari Susanti selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dalam skripsi ini
4. Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
5. Pihak Informan yang telah memberikan informasinya
6. Seluruh pihak yang telah membantu jalannya penelitian ini.

Semoga Allah Subhana Wata'ala memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan yang telah diberikan kepada penyusun. Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah ini bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 3 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN MOTTO | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| KATA PENGANTAR | xi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|-------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran | 5 |
| 1.6. Hipotesis | 7 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|-----------------------------------|----|
| 2.1. Model SOR | 8 |
| 2.1.1. Pengertian Model SOR | 8 |
| 2.1.2. Hambatan Komunikasi | 11 |
| 2.2. Segitiga Relasi Radio | 13 |
| 2.3. Radio | 14 |
| 2.3.1 Karakteristik Radio | 16 |
| 2.3.2. Komunikasi Massa | 18 |
| 2.3.3 Efek Media Massa | 21 |
| 2.4 Iklan | 21 |
| 2.4.1 Pengiklan Radio | 21 |
| 2.4.2 Pemasaran | 24 |
| 2.4.2.1 Bauran Pemasaran | 25 |
| 2.5 Pendengar Radio | 27 |
| 2.6 Citra atau Reputasi | 28 |
| 2.6.1 Definisi Citra | 28 |
| 2.6.2 Penggambaran Citra | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 32 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 3.2. Kehadiran Peneliti | 32 |
| 3.3. Lokasi Penelitian | 33 |
| 3.4. Data dan Sumber Data | 33 |
| 3.5. Populasi dan Sample | 34 |
| 3.5.1 Populasi | 34 |
| 3.5.2 Sample | 34 |
| 3.6. Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.7. Skala Pengukuran Variabel | 37 |
| 3.8. Definisi Operasional variabel | 38 |
| 3.9. Metode Analisis Data | 40 |
| 3.9.1 Uji Instrumen Data | 40 |
| 3.9.2 Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 3.9.3 Uji Hipotesis | 44 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1. Profil Perusahaan | 46 |
| 4.1.1 Deskripsi Radio Prosalina | 46 |
| 4.1.2 Visi Misi Prosalina Jember | 48 |
| 4.1.3 Tujuan PT. Prosalina FM | 49 |
| 4.1.4 Organisasi PT. Prosalina FM | 49 |
| 4.1.5 Persentase Mata Acara dan Penggolongan | 55 |
| 4.2. Kegiatan <i>Off Air</i> Radio Prosalina | 55 |
| 4.3. Karakteristik Responden | 59 |
| 4.4. Hasil Penelitian | 61 |
| 4.4.1 Deskripsi Variabel | 61 |
| 4.4.1.1 Data Jawaban terhadap Variabel Kegiatan <i>Off Air</i> Promo Produk | 61 |
| 4.4.1.2 Data Jawaban terhadap Variabel Citra Radio Prosalina sebagai Media Penyiaran | 66 |
| 4.4.2 Uji Instrumen Data | 69 |
| 4.4.2.1 Uji Validitas | 69 |
| 4.4.2.2 Uji Realibilitas | 70 |
| 4.4.3 Uji Asumsi Klasik | 70 |
| 4.4.3.1 Uji Normalitas | 70 |
| 4.4.3.2 Uji Multikolinieritas | 72 |
| 4.4.3.2 Uji Heterokedastisitas | 73 |
| 4.4.4 Uji Hipotesis | 74 |
| 4.4.4.1 Uji Regresi Linier Sederhana | 74 |
| 4.4.4.2 Uji Statistik T | 75 |
| 4.5. Temuan di Lapangan | 76 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 78 |
| 5.2. Saran | 79 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------|-----|
| Lampiran Pengolahan Data | 83 |
| Lampiran Dokumentasi | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Model SOR | 8 |
| Gambar 2.2. Segitiga Hubungan Radio | 13 |
| Gambar 4.1. Struktur Organisasi | 51 |
| Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas | 72 |
| Gambar 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.2 Persentase Mata Acara Siaran dan Penggolongan | 55 |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 59 |
| Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Usia | 59 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Variabel Kegiatan <i>Off Air</i> Promo Produk | 62 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Variabel Citra Radio Prosolina sebagai Media Penyiaran | 66 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas | 70 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian Realibilitas | 71 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas | 72 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana | 74 |
| Tabel 4.13 Hasil Pengujian Statistik T | 75 |

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora P. Marius. 1999. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Assuari, Sofyan. 1999. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan VI. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Dahlan, M. Alwi. Paper. *Peranan dan Peluang Public Relations dalam Meningkatkan Citra dan Pelayanan Perbankan*. (disampaikan pada seminar PR Bank : Pasca UU Perbankan 1992 di Jakarta, 20 Juni 1992).
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Harrison, Kim. 2001. *Strategic Public Relations : A Practical Guide to Success 2nd Edition*. Australia. Vineyard Publishing. Hal 2.
- Henslove, Philip. 2000. *The Art and Sciene of Public Relations vol 3*. New Delhi. Crest Publishing House. Hal 2.
- Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar - Dasar Manajemen*. Jakarta : Grasindo.
- Holt, Reinhart and Wiston Inc. 1996. *The Holt Dictionary of American English*. New York.
- Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations Edisi ke 5*. Jakarta : Erlangga.
- Jonathans, Errol. 2009. *Kepenyiaran dan Teknik Bersiaran*. Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Daerah Jawa Timur. Malang.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta : Grafiti.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benjamin Molan Dan Hendra Teguh, Edisi Milenium, Jakarta : Grasindo.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. 2012. *Managemen Pemasaran Edisi 13, jilid 2*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mc. Daniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi I. Jakarta : Salemba Empat
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prena Media Group.
- Papalia, Diana E, Sally Wendkos Old, Ruth Duskin Feldman. 2011. *Human Development (Psikologi Perkembangan)*. Jakarta : Kencana Prena Media Group.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan.2011. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Pegawai dan Peneliti Pemula, Cetakan Keenam*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi umum*. Bandung : Pustaka Setia
- Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar - Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Stanley, Baran J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa (Jilid 2 Edisi 5) Melek Media & Budaya*. Jakarta : Erlangga.
- Sunarwinadi, Ilya. 1993. *Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta : UI Pers.

Undang – Undang

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

Internet

<http://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>. Disalin dan Dipublikasikan melalui Eureka Pendidikan diakses pada 13 April 2017, 18 :50 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Penyelenggara_acara diakses pada tanggal 16 maret 2017 ; 20:53 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Radio> diakses pada tanggal 16 Maret 2017 22:40 WIB