

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh keberadaan iklan layanan masyarakat di media radio yang mulai terguncang keberadaannya karena munculnya dominasi media baru. Judul dalam penelitian ini adalah “Studi Deskriptif Keberadaan Iklan Layanan Masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis iklan layanan masyarakat, serta untuk menganalisis keterkaitan kredibilitas media radio dengan kesadaran public dalam meningkatkan iklan layanan masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang mana digunakan untuk menganalisis keberadaan iklan layanan masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta. Iklan layanan masyarakat sejatinya bukan hanya sarana menyampaikan informasi agar masyarakat dan pendengar tahu dan paham akan informasinya dan sarana untuk menyadarkan masyarakat. Akan tetapi iklan layanan masyarakat diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan sesuatu (call to action) dan memberi solusi akan masalah yang terjadi. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat serangkaian proses kerja kreatif dalam produksi iklan layanan masyarakat oleh tim produksi yang meliputi banyak bidang. Proses kreatif dibedakan menjadi dua alur, untuk iklan layanan masyarakat non-komersial dan iklan layanan masyarakat komersial. Iklan layanan masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik RRI masih ada dan masih di pertahankan keberadaannya. Selain itu iklan layanan masyarakat dinilai masih sangat penting, terbukti dari banyaknya klien yang masih mempercayakan iklannya ke Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta. Namun juga ada beberapa klien yang memang sudah mulai meninggalkan Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta dan mulai beralih ke radio swasta, bahkan menggunakan media lain. Hal itu disebabkan karena mulai sepi pendengar radio saat ini. Hal tersebut cukup membuktikan bahwa radio, khususnya di Lembaga Penyiaran Publik RRI sudah mulai mengalami penurunan kredibilitas dari klien dan masyarakat sebagai pendengar. Selain itu, klien dan media juga kurang memperhatikan strategi-strategi yang baru yang lebih terintegrasi. Padahal harapannya adalah dengan adanya strategi-strategi yang lebih terintegrasi, iklan layanan masyarakat dan media radio akan menjadi lebih berkembang.

Kata kunci : studi deskriptif, iklan layanan masyarakat, radio, LPP RRI Yogyakarta

ABSTRACT

This research is in the background by the existence of public service advertisements on radio media that began to shake its existence due to the emergence of new media dominance. The title of this study is "Descriptive Study of the Presence of Public Service Ads in Public Broadcasting Institution Radio Republik Indonesia Yogyakarta". The purpose of this research is to know and analyze public service advertisement, and to analyze the credibility of radio media with public awareness in improving public service advertisement at Public Broadcasting Institute of RRI Yogyakarta. This research uses descriptive qualitative research method which is used to analyze the existence of public service advertisement in Public Broadcasting Institute of RRI Yogyakarta. Public service advertisements is not only a means of conveying information so that the public and the listener know and understand the information and the means to awaken the public. However, public service advertisements are expected to influence the public to do something (call to action) and provide solutions to problems that occur. The results found that there is a series of creative work processes in the production of public service advertisements by production teams covering many fields. The creative process is divided into two paths, for non-commercial public service advertisements and commercial public service announcements. Public service advertisements at RRI's Public Broadcasting Institution still exist and are still in existence. In addition, public service advertisements are still considered very important, as evidenced by the many clients who still entrust their ads to the Public Broadcasting Institution of RRI Yogyakarta. But there are also some clients who have started to leave the Public Broadcasting Institution of RRI Yogyakarta and began to switch to private radio, even using other media. It's because of the loneliness of radio listeners at the moment. It is enough to prove that the radio, especially in Public Broadcasting Institution of RRI Yogyakarta has begun to decline the credibility of the client and the community as a listener. In addition, clients and media are also less concerned with new strategies that are more integrated. Whereas the hope is that with more integrated strategies, public service advertisements and radio media will become more developed.

Keywords: descriptive study, public service advertisement, radio, LPP RRI Yogyakarta