



INTISARI

Tujuan penulisan ini adalah untuk menjelaskan tentang I-Radio Jogja dan proses produksi iklan di I-Radio Jogja guna mengedukasi pembaca mengenai rangkaian dari proses produksi iklan yang disiarkan di I-Radio Jogja. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data Tugas Akhir ini adalah mengumpulkan data dengan cara berpartisipasi langsung melalui program magang dari 13 Januari 2020 sampai dengan 31 Maret 2020 di Divisi Promosi dan Periklanan I-Radio Jogja dengan mendapat arahan dari supervisor bagian tersebut, serta melakukan studi pustaka melalui buku, jurnal, jurnal artikel, dan artikel penelitian di internet. Dengan analisa data secara kualitatif dan teknik presentasi data secara deskriptif penelitian ini disajikan secara detail dengan menggunakan Bahasa Inggris dengan dukungan gambar. Melihat dari hasil observasi dan studi pustaka yang dilakukan oleh penulis, proses produksi iklan di I-Radio Jogja disusun oleh, Divisi Account Executive I-Radio Jogja, Program Producer I-Radio Jogja, beserta dengan klien. Proses produksi iklan di I-Radio Jogja meliputi (i) tahapan konsep persiapan materi, melakukan pendalaman *product acknowledgment* bersama klien, (ii) tahapan pengumpulan data, antara lain menyiapkan *backsound*, *jingle*, dan juga konsep untuk *script* iklan, (iii) tahapan pembuatan komponen iklan, (iv) tahapan produksi, dilakukan dengan menyatukan setiap komponen iklan menjadi satu bagian yang berdurasi 60 detik, (v) tahapan revisi, (vi) tahapan finalisasi produksi.

Kata Kunci: Periklanan, Iklan Radio, I-Radio Jogja, Proses Produksi Iklan Radio.



ABSTRACT

The purpose of this paper is to explain about I-Radio Jogja and the production process of advertisements on I-Radio Jogja in order to educate readers about the series of ad production processes broadcast on I-Radio Jogja. The method used to collect this Final Project data is to collect data by participating directly through the apprenticeship program from January 13, 2020 to March 31, 2020 in the I-Radio Jogja Promotion and Advertising Division by getting directions from the supervisor of the section, and conducting a literature study through books, journals, journal articles, and research articles on the internet. With qualitative data analysis and descriptive data presentation techniques, this research is presented in detail using English with the support of pictures. Judging from the results of observations and literature studies conducted by the author, the advertising production process on I-Radio Jogja was compiled by, I-Radio Jogja's Account Executive Division, I-Radio Jogja Producer Program, along with clients. The advertising production process at I-Radio Jogja includes (i) the concept stages of material preparation, deepening product acknowledgment with the client, (ii) the stages of data collection, including preparing backgrounds, jingles, and also concepts for advertising scripts, (iii) manufacturing stages the advertising component, (iv) the production stage, is carried out by combining each component of the advertisement into one part which lasts 60 seconds, (v) the revision stage, (vi) the finalization stage of the production.

Keywords: Advertising, Radio Advertising, I-Radio Jogja, Radio Advertising Production Process.