



Radio Copywriting Style

¹Winda kustiawan, ²Fajar Arif Pratama, ³Milla Rantika, ⁴Jarosim Simbolon, ⁵Ahmad Afandi, ⁶Nurul Halisa,
⁷Muhammad Alfarizi Siregar, ⁸Azbar Rifa'i, ⁹Anisa Huwayna Simanungkalit

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

* e-mail: windakustiawan@gmail.com, fajararif1212@gmail.com, halisanurul49@gmail.com, jarosimsimbolon73@gmail.com,
aisyahaabidah@gmail.com, Annisahwayna940@gmail.com, Alfariziaji077@gmail.com

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Radio;
 Copywriting;
 Style;

ABSTRAK

***Abstract:** Radio copywriting is the process of writing marketing or advertising text that aims to persuade or influence consumers to take action in accordance with the goals to be achieved or writing advertising scripts in the promotion of products or services which are the textual part of an advertisement. Radio as a means of promotion and advertising also has a big role in marketing, so this study aims to find out how radio style Radio copywriting is the activity of writing marketing or advertising text with the aim of persuading or persuading consumers to take action in accordance with the goals to be achieved or writing advertising scripts in the promotion of products or services which are the textual part of an advertisement. Radio is also a means of advertising promotion and as a medium of persuasion that has influence on marketing. So this study aims to find out how the copywriting style on radio is in presenting advertisements so that consumers are attracted to the products offered. This study uses a descriptive qualitative research method by presenting the research results in the form of words regarding Radio Copywriting Style. The data collection method is through literature study by taking references from sources such as books, journals, and all types of literature that support research. So that it can be concluded that in writing copywriting or scripts on radio, you must pay attention to the principles of writing in radio broadcast scripts.*

Abstrak : Radio copywriting merupakan proses penulisan teks pemasaran atau iklan yang bertujuan untuk mempersuasi atau mempengaruhi konsumen untuk melakukan aksi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai atau penulisan naskah iklan dalam promosi produk atau jasa yang merupakan bagian tekstual dalam sebuah iklan. Radio sebagai sarana promosi dan iklan juga mempunyai peran yang besar dalam pemasaran sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya radio Radio copywriting adalah kegiatan menulis teks pemasaran atau iklan dengan tujuan mempersuasi atau membujuk konsumen untuk melakukan action sesuai dengan goals yang ingin dicapai atau penulisan naskah iklan dalam promosi produk atau jasa yang merupakan bagian tekstual dalam sebuah iklan. Radio juga merupakan salah satu sarana promosi iklan dan sebagai media persuasi yang mempunyai pengaruh terhadap pemasaran. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya copywriting dalam radio dalam menyajikan iklan sehingga konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menyajikan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata mengenai Radio Copywriting Style. Adapun metode pengumpulan data adalah melalui studi literatur dengan mengambil referensi dari sumber seperti buku, jurnal, dan segala jenis literatur yang mendukung penelitian. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penulisan copywriting atau naskah dalam radio harus memperhatikan prinsip-prinsip penulisan dalam naskah siaran radio.

Pendahuluan

Radio merupakan salah satu media penyampaian informasi di kalangan masyarakat. Radio merupakan media berbentuk audio yang mempunyai fungsi dalam menyampaikan informasi di kalangan masyarakat. Fungsi radio pada dasarnya bukan hanya sebagai sarana informasi tetapi kini radio juga dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, komunikasi, media penyampaian iklan dan juga sarana edukasi. Radio memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Radio yang juga memiliki fungsi sebagai sarana iklan kini membantu suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Unsur terpenting dalam bauran pemasaran adalah produk, karena suatu proses pemasaran baru akan terjadi bila ada produk yang hendak ditawarkan. Produk adalah segala sesuatu, baik yang disukai maupun yang tidak disukai, yang diterima seseorang dalam pertukaran. Produk merupakan atribut yang kelihatan maupun yang tidak kelihatan, yang mencakup kegunaan fungsional, sosial dan psikologis. Suatu produk dapat berupa ide, pelayanan, barang atau kombinasi dari ketiganya.

Diantara berbagai media tersebut, radio merupakan media yang tepat untuk menyebarkan berbagai macam informasi, karena hampir setiap orang sudah memiliki radio dan semakin banyak bermunculan stasiun radio yang berlomba-lomba menyebarkan berbagai macam informasi yang menarik dan komersial. Hadirnya Mengingat pentingnya peran radio dalam proses penyebaran informasi, sudah selayaknya siaran radio memiliki fungsi sosial sebagai sarana pendidikan, informasi dan hiburan, bukan sebagai kegiatan politik. Semakin banyaknya produsen yang memproduksi berbagai jenis barang dan jasa, hal ini menimbulkan persaingan antar produsen yang memproduksi berbagai jenis barang dan jasa, sehingga menimbulkan persaingan antar produsen untuk memasarkan produknya yaitu dengan cara memasang iklan di radio. Menyiarkan iklan di radio merupakan hal yang menarik, karena penyiaran iklan membutuhkan kesepakatan terlebih dahulu antara pihak radio dan pengiklan. Dalam hal ini, pemasangan iklan tidak selalu harus menjadi produsen, tetapi bisa juga menjadi biro iklan yang dipercaya oleh produsen. Meskipun ada kesepakatan pelaksanaan kontrak iklan radio yang dikukuhkan dengan kontrak tertulis, tidak menutup kemungkinan akan ada masalah dengan pelaksanaannya.

Sebagai media penyampaian iklan yang memiliki pengaruh yang besar, dalam membuat naskah atau copywriting radio dibutuhkan style dan prinsip-prinsip yang benar sehingga tujuan dari pemasaran melalui radio ini dapat tercapai dengan baik. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana gaya penulisan naskah iklan dalam siaran radio sehingga peneliti memberikan judul pada penelitian ini tentang *Radio Copywriting Style*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menjelaskan copywriting style pada penyiaran radio dalam bentuk kata-kata dan juga penjelasan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode studi literatur, yaitu dengan mengkaji dan menganalisis pokok bahasan dengan mencari sumber referensi yang akurat yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, jurnal, dan segala dokumen yang mendukung penelitian sehingga menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana gaya kepenulisan naskah iklan dalam siaran Radio.

Hasil dan Pembahasan

Radio Copywriting

Penyampaian pesan melalui siaran radio dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, meskipun menggunakan karakter nonverbal. Angka-angka yang digunakan sangat sedikit, misalnya tanda peluncuran program berita berupa telegram atau suara. alat-alat musik.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal melalui modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan demikian, pengertian "radio" tidak hanya berarti bentuk fisiknya saja, bentuk fisik dan radioaktivitasnya saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu, ketika mendefinisikan radio secara terpisah atau secara fisik, radio mengacu pada pemancar, studio, dan penerima secara keseluruhan sekaligus. (Gede, 2008).

Copywriting adalah skrip yang ditulis oleh copywriter periklanan dan didistribusikan untuk tujuan komersial. Misalnya, iklan TV, radio, majalah, surat kabar, dll. *Copywriting* adalah menulis dalam 10 gaya dan pendekatan berbeda yang dibuat melalui perencanaan dan kolaborasi dengan klien, staf hukum, manajer akun, peneliti, dan direktur seni. Jika *copywriting* diartikan sebagai kata-kata yang direduksi menjadi kalimat yang menciptakan kekuatan headline dan pesan iklan, itu masuk akal. (Agustrianto, 2006)

Prinsip Penulisan Naskah Siaran Radio

Skip siaran adalah materi siaran yang ditransmisikan oleh penyiar dan disiarkan, khususnya, dengan metode "pembacaan skrip". Menurut Antonius Darmanto dalam bukunya Teknik Pemrograman Siaran, naskah siaran adalah sekumpulan ide atau pemikiran individu atau kelompok yang disusun dan dimaksudkan untuk mencapai tujuan penyiaran radio dan televisi, yang didefinisikan sebagai bentuk tulisan.

Sebelum menulis naskah, ada beberapa hal yang perlu disiapkan penulis naskah atau skenario.

- a. Kumpulkan bahan-bahan. Sebelum melanjutkan dengan penulisan skenario, penulis terlebih dahulu harus menyiapkan materi yang akan digunakan dalam skenario. Penulis juga harus tahu di mana harus mempertimbangkan sumber yang relevan untuk informasi yang mereka butuhkan untuk menulis. Jenis dan format acara memiliki pengaruh besar pada proses pengumpulan informasi, tetapi proses pengumpulan informasi untuk program berita, yang bergantung pada kemajuan acara, berbeda dengan program pendidikan dan budaya.
- b. pemilihan bahan. Setelah mengumpulkan materi, langkah selanjutnya adalah memilih materi apa yang bisa dan tidak bisa digunakan oleh penulis. Sejumlah faktor harus dipertimbangkan dalam proses pemilihan material, seperti kompleksitas produksi dan lamanya ketersediaan.
- c. Rencanakan pesan Anda. komunikasi adalah inti dari segalanya
Produksi program dan penyiaran acara. Pada hakekatnya, pesan adalah suatu nilai yang dapat diterima, dipahami, dan dipengaruhi oleh perilaku penerima atau pendengar. Daniels Handoyo menjelaskan dalam bukunya Semua Kelebihan dan Kekurangan Program Radio bahwa pesannya harus tunggal. Untuk itu perlu adanya perumusan pesan sebelum proses penulisan. Danil Khandoyo juga menyarankan menggunakan beberapa metode untuk menyampaikan pesan:¹
 - Gunakan motto yang sama dalam pesan Anda.
 - Transmisi ulang dalam program.
 - Pesannya diulang tetapi kata-katanya berbeda.
- d. Rencanakan alur tulisan perbedaan tulisan untuk media cetak dan elektronik terletak pada alur atau struktur penyajiannya.

Adapun prinsip-prinsip penulisan naskah untuk siaran radio adalah sebagai berikut:

1. Bahasa tutur Gunakan bahasa lisan (bahasa sehari-hari, bahasa lisan). Ini adalah bahasa sehari-hari atau skrip informal yang biasa digunakan dalam komunikasi sehari-hari.
2. *KISS – Keep It Simple and Short* Gunakan kata dan kalimat yang pendek dan sederhana daripada yang bertele-tele. Kalimat yang panjang dan tidak koheren menyulitkan penyiar untuk menyampaikannya, dan juga sulit dicerna oleh pendengar. Karena naskahnya mudah diucapkan, pengucapan narator tidak sulit, dan pendengar dapat langsung memahami arti kalimat yang diucapkan narator.
3. *ELF – Easy Listening Formula* Tata letak proposal enak didengar dan dapat dimengerti bahkan untuk pemula.

Pada naskah radio terdapat beberapa unsur :

- a. Radio hanya mengandalkan media audio, jadi saat menulis skrip siaran Anda, gunakan bahasa paling sederhana yang dapat dipahami siapa pun. Karena radio tidak menghadirkan efek visual sama sekali. Yang membuat kita cantik dalam penyiaran radio adalah suaranya.
- b. Untuk komunikasi tatap muka, program siaran biasanya memiliki program/program yang disiapkan khusus untuk pendengar radio tertentu. Acara ini adalah acara acak dengan segmen di akhir acara di mana pendengar dapat bertanya dan menjawab pertanyaan di stasiun. Ada sudut tempat penyiar menyapa khalayak
- c. Seperti yang telah dijelaskan di atas, talk-and-talk berarti hanya ada percakapan atau sesi percakapan dalam transmisi radio. Tidak ada sesi yang memiliki cuplikan sinematik dari acara TV. Jadi ketika menulis transkrip radio, transkrip harus jelas karena digunakan untuk berbicara dan diucapkan sedemikian rupa sehingga kita dapat memahami apa yang kita katakan tanpa melihat pendengarnya.
- d. Skenario radio tidak berbeda dengan skenario lainnya. Skrip siaran hanya digunakan untuk satu kali siaran dan tidak diulang keesokan harinya.

Selain itu dalam penulisan naskah ada beberapa kaidah penulisan yang harus diperhatikan oleh penulis naskah atau *scriptwriter*, penulisan naskah tersebut harus sesuai dengan sifat umum media nirkabel. Yang kami maksud dengan karakteristik umum stasiun radio adalah:

1. Auditif

Radio adalah sarana penyampaian informasi dan hiburan melalui suara dan bunyi. Penyampaian ini dapat berupa musik atau suara manusia. Saat mentransmisikan informasi dan hiburan, stasiun radio membutuhkan skrip dan skrip siaran. Skrip ini bertindak sebagai pengontrol siaran dan berjalan tepat waktu.

2. Selintas lalu

Pendengar radio biasanya adalah orang-orang yang aktif bukan terfokus pada siaran radio. Bahkan di radio, jika sebuah kalimat hilang, pendengar tidak dapat mereproduksinya. Karena radio lewat begitu saja.

¹Suntoyo, Daniel Handoyo. 1978. *Seluk Beluk Program Radio*. Kanisius : Yogyakarta.

3. Waktu terbatas

Radio memiliki batas waktu yang sangat sempit hingga 24 jam. Program siaran juga sesuai dengan siaran stasiun radio dan tidak dapat ditambahkan sebagai media teks cetak atau yang dapat dipindahkan.

4. Hangat dan bersahabat.

Lingkungan radio selalu mengutamakan keakraban dan kehangatan dengan pendengar. Ketika seorang penyiar radio menyapa pendengar, menyampaikan informasi dan berita, atau membaca iklan, dia bertindak seolah-olah sedang berbicara dengan seorang teman yang duduk di depannya. Jadi, tugas penulis skenario adalah menulis naskah yang enak didengar dan dimengerti oleh penonton.

Ciri-ciri naskah

1. Jelas. Saat menulis skenario, seperti saat menulis naskah berita radio, Anda harus jelas tentang prioritas utama Anda, lalu tulis hal yang paling penting terlebih dahulu. Setelah bagian pertama saya akan menyampaikan hal-hal penting dan poin-poin penting, dan pada bagian kedua saya akan menyampaikan hal-hal yang sedikit penting dan terakhir hal-hal yang kurang penting.
2. secara sederhana. Satu ide per kalimat, jangan gunakan kata-kata kekanak-kanakan. Tulis skrip radio dalam kalimat pendek dan jangan gunakan istilah sekunder. Sebagai contoh, saya akan menggunakan kalimat yang sering digunakan dalam percakapan. Jika ada reservasi, lebih baik tidak digabungkan. Dua kalimat pendek lebih baik daripada satu kalimat panjang. Kalimat yang panjang tidak hanya mempersulit pendengar untuk memahami percakapan, tetapi juga mempersulit pembicara untuk memahaminya. Misalnya, mengatur pernapasan dan intonasi.
3. Sederhana. Bahasa yang digunakan hendaknya sederhana, lazim dalam percakapan sehari-hari, tidak berbelit-belit dan lepas dari kaidah ilmiah. Misalnya saat menggunakan kata "WC" bukan "Petulasan". Misalnya, dalam kalimat "Wanita pembersih", bukan "Perlindungan sanitasi tempat perkotaan".
4. Aktif. Gunakan pernyataan aktif, bukan yang pasif.
5. kreatif. Naskah radio harus merangsang imajinasi pendengar hanya melalui kata-kata, suara, dan musik. Karena radio adalah teater pikiran. Karena itu, kekuatan radio hanya terletak pada suaranya. Sebagai penyiar, Anda tidak punya pilihan selain mendengarkan, tetapi Anda harus bisa memberikan siaran yang bisa dirasakan oleh pendengar. Anda dapat mencapainya dengan mendeskripsikan warna, ukuran, bentuk, dan detail yang sesuai.
6. Jangan gunakan singkatan. Dalam KBBI, pengertian singkatan adalah gabungan kata atau huruf. Misalnya, "Konfirmasi dengan kejutan" atau "Mayor". Hindari menggunakan kata-kata ini saat menulis skrip. Namun, Anda dapat menambahkan lebih banyak informasi jika diperlukan.
7. Putaran. Karena informasi radio bersifat global dan tidak terperinci, mudah diketahui bila jumlahnya besar. Contoh 1.525.000 akan dibulatkan menjadi "satu juta lebih dari 500" atau "lebih dari satu juta".
8. Global. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, Anda tidak perlu menulis naskah yang mendetail, audiens Anda ingin tahu apa cerita utama yang ingin Anda ceritakan, dan jam tayang Anda sangat terbatas.
Misalnya, tidak perlu diungkap secara rinci pasal dan alinea KUHP mana yang dinilai dilanggar oleh terdakwa. Cukup dengan menulis, misalnya, "Terima kasih". Cukup ditulis "Pencurian", contoh lain: SK No. 002//SK/B/XI/2004 tanggal 20 Maret 2004", "UU 20 Maret 2004".
9. logis. Hindari kalimat terbalik dan gunakan kalimat yang mengikuti aturan SPOK. Nyatakan poin-poin utama dari diskusi sebelumnya dan berikan klarifikasi.

Contoh: Kenaikan gaji pegawai negeri mengakibatkan kenaikan harga kebutuhan pokok.

Lebih baik :

Upah yang lebih tinggi untuk pegawai negeri telah menyebabkan harga kebutuhan pokok yang lebih tinggi.

10. Ceritakan kisah Anda. Saat saya menulis skrip radio, saya tidak menulis kalimat langsung, saya menulis kalimat tidak langsung. Skrip radio harus menceritakan sebuah cerita, apa yang dibicarakan orang, di mana, mengapa, bagaimana, mengapa, dll.

Contoh: "Saya tidak ingin berkomentar.

11. Pos bertanda tangan. Gunakan tanda baca khusus seperti tanda hubung dan ejaan untuk membantu penyiar memahami siaran Anda.

- Gunakan garis miring ke depan (/) untuk mengganti koma, garis miring ganda (//) untuk mengganti titik, dan garis miring tiga (///) untuk menunjukkan bahwa Anda telah mencapai akhir teks.
- Tanda hubung yang menunjukkan bahwa simbol adalah deskripsi atau nama. Direktur PT misalnya. Alam semesta penuh dengan alam - Alamsyah Farhan...
 - Tanda hubung atau tanda hubung (-) membantu penyiar membuat singkatan. Hal ini karena singkatan yang disebut huruf demi huruf tanpa tanda hubung bukanlah singkatan yang dapat dibaca sebagai satu kata.

B. Angka

- Rekomendasi untuk menulis informasi numerik ke skrip radio:
- Minimalkan jumlah digit di umpan berita radio
- Sampai menghapus nomor
- Tercapai Rp 153,43 miliar → Tercapai lebih dari Rp 150 miliar
- Aturan pembulatan tidak tersedia untuk data tertentu, seperti catatan olahraga.
- Dia berlari 100 meter dalam 8,40 detik.
- Gunakan angka yang paling signifikan dan pikirkanlah.
- pembulatan angka, terutama desimal
- Tulis angka dengan jelas sehingga dapat dibaca dengan akurat dan cepat dipahami.
- Tulis angka dalam format dan gaya yang sederhana, fungsional, dan konsisten.
- Ini menunjukkan pentingnya angka-angka ini dalam kaitannya dengan minat, minat, dan gaya hidup prospek Anda.
- Ini menggunakan metafora, asosiasi, dan menempatkan nomor dalam konteks tertentu.
- Jumlah sampah di Bandung mencapai 13,45 ton per hari.
- Menukarkan
- Jumlah sampah di Bandung mencapai 13,45 ton per hari. Itulah berat 12 ekor gajah!10

C. Kata-Kata Sulit

- Jangan malu Jangan takut berlatih mengucapkan kata-kata sulit
- ucapkan berkali-kali dengan pengucapan yang benar
- tanda kata-kata Yang sulit Dikatakan, menggunakangaris bawah atau penyorotan yang terus-menerus
- Tulis kata-kata sulit dengan cara dieja, suku kata demi suku kata
- Svetlana Savitskaya (MANIS-LANA, SAWITS-KAYA)
- Masyarakat Ekumenis (E-KYU-ME-NI-CAL).
- Kalaupun masih salah dan ada yang protes, saya hormati mereka yang berusaha semaksimal mungkin untuk mengkritisi ini sebagai opini.

D. Contoh Pembuatan Naskah Radio

Pembukaan adalah sesi pembukaan atau salam di mana penyiar menyapa pendengar. Sapaan biasanya dapat dilakukan dengan menyapa, selamat malam, selamat pagi, atau menanyakan kabar pendengarnya. Pada pembukaan inilah nama stasiun radio (station identifier), nama penyiar (name on air), nama program, himbuan pendengar (calling station) dan durasi siaran program diindikasikan. , materi yang disampaikan, pendengar bisa melakukan apa saja. Misalnya, Anda dapat meminta lagu atau mengirim salam

Contoh : assalamualaikum wr wb/ Buat langkah baru menuju sukses/ radio alternatif MBS FM 107.8 Semarang/ Hallo sobat sobat/ Apa kabar... Satu jam kedepan Ima akan belajar materi dengan teman bawa / game yang sering kita mainkan

Segmen 1

Karena acara yang disajikan adalah acara santai, maka giliran pertama biasanya hanya berupa sapaan dari penyiar agar udara tidak terlalu segar. Misalnya, tanyakan kepada pendengar apakah mereka sudah makan siang, minta penyiar membacakan salam pendengar di sudut itu, atau memainkan lagu yang diminta pendengar.

Segmen 2

Segmen kedua ini biasanya langsung melompat ke topik pembicaraan. Di awal pembukaan, pembawa acara diberitahu bahwa dia akan membahas permainan yang kami mainkan saat masih anak-anak, yang sekarang sudah jarang dimainkan oleh anak-anak. Selain itu, untuk setiap segmen atau jeda, penyiar dapat memutar lagu yang diminta oleh pendengar.

Penutup

Penutupan adalah bagian terakhir, biasanya penyiar berterima kasih dan meminta maaf atas kesalahannya, dan penyiar memberi tahu pendengar apa acara selanjutnya. berasa gak masuk // tapi jangan sedih ya rekan / karena setelah itu kita akan bahas acara muslimah / tentunya jadi penyiar yang keren banget // sekarang. Saatnya pamit / mohon maaf jika banyak kata-kata yang menyinggung / Terima kasih mitra atas perhatiannya kepada MBS / Mari berkompetisi untuk kebaikan / wassalamualaikum wr wb//

Simpulan

Radio merupakan salah satu media penyampaian informasi di kalangan masyarakat. Radio merupakan media berbentuk audio yang mempunyai fungsi dalam menyampaikan informasi di kalangan masyarakat. Fungsi radio pada dasarnya bukan hanya sebagai sarana informasi tetapi kini radio juga dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, komunikasi, media penyampaian iklan dan juga sarana edukasi. Radio memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Radio yang juga memiliki fungsi sebagai sarana iklan kini membantu suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Unsur terpenting dalam bauran pemasaran adalah produk, karena suatu proses pemasaran baru akan terjadi bila ada produk yang hendak ditawarkan. Produk adalah segala sesuatu, baik yang disukai maupun yang tidak disukai, yang diterima seseorang dalam pertukaran. Produk merupakan atribut yang kelihatan maupun yang tidak kelihatan, yang mencakup kegunaan fungsional, sosial dan psikologis. Suatu produk dapat berupa ide, pelayanan, barang atau kombinasi dari ketiganya.

Diantara berbagai media tersebut, radio merupakan media yang tepat untuk menyebarkan berbagai macam informasi, karena hampir setiap orang sudah memiliki radio dan semakin banyak bermunculan stasiun radio yang berlomba-lomba menyebarkan berbagai macam informasi yang menarik dan komersial. Hadirnya Mengingat pentingnya peran radio dalam proses penyebaran informasi, sudah selayaknya siaran radio memiliki fungsi sosial sebagai sarana pendidikan, informasi dan hiburan, bukan sebagai kegiatan politik. Semakin banyaknya produsen yang memproduksi berbagai jenis barang dan jasa, hal ini menimbulkan persaingan antar produsen yang memproduksi berbagai jenis barang dan jasa, sehingga menimbulkan persaingan antar produsen untuk memasarkan produknya yaitu dengan cara memasang iklan di radio. Menyiarkan iklan di radio merupakan hal yang menarik, karena penyiaran iklan membutuhkan kesepakatan terlebih dahulu antara pihak radio dan pengiklan. Dalam hal ini, pemasangan iklan tidak selalu harus menjadi produsen, tetapi bisa juga menjadi biro iklan yang dipercaya oleh produsen. Meskipun ada kesepakatan pelaksanaan kontrak iklan radio yang dikukuhkan dengan kontrak tertulis, tidak menutup kemungkinan akan ada masalah dengan pelaksanaannya.

Sebagai media penyampaian iklan yang memiliki pengaruh yang besar, dalam membuat naskah atau copywriting radio dibutuhkan style dan prinsip-prinsip yang benar sehingga tujuan dari pemasaran melalui radio ini dapat tercapai dengan baik. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana gaya penulisan naskah iklan dalam siaran radio sehingga peneliti memberikan judul pada penelitian ini tentang *Radio Copywriting Style*.

Daftar Rujukan

Agustrijanto. (2006). *Copywriting Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami*.

Bahasa Iklan, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Asduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. PT. LKiS Printing Cemerlang : Yogyakarta. Asep Syamsul M.

Romli, *broadcast journalism panduan menjadi penyiar,*

reporter & script writer, penerbit nuansa, bandung, 2004.

GeofaniEvita. Skripsi : *Strategi Script Writer Dalam Penulisan Naskah Program Siaran Budaya Melayu Di Radio Republik Indonesia PRO 495, 9 FMPekanBaru*. UIN SUSKA : Riau.

Ningsrum, Fatmasari. 2007. *Sukses menjadi penyiar, scripwriter, dan reporter radio*. Penebar Plus : Jakarta .

Peter E. Mayeux. Brown & Benchmark, 1996 - Social Science. Rahanatha Bayu Gede. 2008.

Buletin Studi Ekonomi Volume 13 No 1.

Suntoyo, Daniel Handoyo. 1978. *Seluk Beluk Program Radio*. Kanisius :Yogyakarta.

Uti desi arni, "prinsip penulisan naskah radio",

<https://garudacyber.co.id/artikel/725-prinsip-penulisan-naskah-radio> (diakses pada 27 september pukul 08.00)

Yazid Chikal Yudhitira. Tugas Akhir. *Penyusunan Naskah Siaran dalam Program 'Sore-sore' di I Radio 105.1 FM Bandun*. Universitas Padjajaran : 2017

Indexing:



