

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI IKLAN PRODUK PADIMAS PADA PROGRAM *MORNING SHOW* DAN *AFTERNOON SHOW*

(Studi Kasus Pada 106,3 FM Urban Radio Bandung)

Disusun Oleh :

ZAHRA ZAKIYAH FAHIRA

C1210305

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan

Dosen Pembimbing :

Dr. H. Wawan Lulus Setiawan, Ir. M.Sc



PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas
pada Program *Morning Show* dan *Afternoon Show*
(Studi Kasus Pada 106,3 FM Urban Radio
Bandung)

Nama : Zahra Zakiyah Fahira

Nomor Pokok : C1210305

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Komunikasi Bisnis dan Penyuluhan

Menyetujui dan mengesahkan,

Pembimbing I

Dr. H. Wawan Lulus Setiawan, Jr., M.Sc

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha, SE., M. Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M. Si

**PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul **“Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas Pada Program *Morning Show* Dan *Afternoon Show*”** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari peneliti lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Jatinangor, Agustus 2025

Zahra Zakiyah Fahira
C1210305

RIWAYAT HIDUP



Zahra Zakiyah Fahira, lahir di Bandung pada tanggal 10 September 2002 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Wawan Sofwanudin dan Ibu Aton Fatonah. Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti sebagai berikut :

1. Tahun 2014 menyelesaikan Pendidikan di MIN 2 Bandung Barat;
2. Tahun 2017 menyelesaikan Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah PP. Darussalam Subang;
3. Tahun 2020 menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 1 Cikalongwetan;

Pada 2021 peneliti diterima sebagai mahasiswi program sarjana (S-1) pada program studi manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Selama menjadi mahasiswi Ikopin University, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan seperti tergabung dalam kepengurusan Swara Radio, GenBI Komisariat Ikopin University, Tim Sosialisasi Ikopin University dan Korps Protokoler Mahasiswa Ikopin University. Selain aktif dalam berbagai kegiatan internal kampus, peneliti juga aktif dalam kegiatan eksternal seperti pernah menjadi *speaker* dalam kegiatan *workshop* energi hijau bersama komunitas *Solar Generation* dan Gerkatina Bidang Kepemudaan Jawa Barat dan pernah menjadi *Intern Producer* di Urban Radio.

ABSTRACT

Zahra Zakiyah Fahira. 2025. *The Effectiveness of Padimas Product Advertising Communication on Morning Show and Afternoon Show Programs. A Case Study on 106.3 FM Urban Radio Bandung under the guidance of H. Wawan Lulus Setiawan.*

The dominance of digital advertising spending in Indonesia has forced radio media to adapt and continuously improve the effectiveness of advertising Communication to remain relevant and appealing to both advertisers and listeners. One of the efforts undertaken is through the placement of advertisements on flagship programs tailored to the characteristics of the audience. 106.3 FM Urban Radio has Morning Show and Afternoon Show programs that serve as prime-time slots for advertising Padimas cupcake products.

The purpose of this study is to describe the effectiveness of Padimas product advertising Communication on the Morning Show and Afternoon Show programs based on the EPIC Model dimensions and the level of effectiveness of each EPIC Model dimension on the Morning Show and Afternoon Show programs at 106.3 FM Urban Radio. This study uses a case study method with a quantitative approach. Data was collected through observation, questionnaires, interviews, and literature review with descriptive quantitative data analysis.

The results show that both programs have effective advertising Communication based on the EPIC Model dimensions, which are categorized as quite effective. The Morning Show program obtained an EPIC rate of 289.95, while the Afternoon Show program obtained an EPIC rate of 266.43. The Impact dimension had the highest average score, while the Communication dimension had the lowest average score in the Morning Show program. Meanwhile, in the Afternoon Show program the Persuasion dimension had the highest average score, and the Empathy dimension had the lowest average score. These findings indicate that the Morning Show program has a slightly higher level of advertising Communication effectiveness for the Padimas Cup Cake product compared to the Afternoon Show program, supported by the characteristics of the audience, broadcasting style, and the Morning Show program concept that is more suitable for the morning audience segment.

Keyword : Advertising Effectiveness, Radio, EPIC Model

ABSTRAK

Zahra Zakiyah Fahira. 2025. Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas pada Program *Morning Show* dan *Afternoon Show*. Studi Kasus pada 106,3 FM Urban Radio Bandung di bawah bimbingan H. Wawan Lulus Setiawan.

Dominasi belanja iklan digital di Indonesia membuat media radio harus beradaptasi dan terus meningkatkan efektivitas komunikasi iklan agar tetap relevan dan diminati oleh pengiklan maupun pendengar. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui penempatan iklan pada program unggulan yang disesuaikan dengan karakteristik pendengar. 106,3 FM Urban Radio memiliki program *Morning Show* dan *Afternoon Show* yang menjadi program *prime time* dalam mengiklankan produk Padimas Cup Cake.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan efektivitas komunikasi iklan produk Padimas pada program *Morning Show* dan *Afternoon Show* berdasarkan dimensi EPIC Model dan seberapa besar tingkat efektivitas setiap dimensi EPIC Model pada program *Morning Show* dan *Afternoon Show* di 106,3 FM Urban Radio. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, wawancara dan studi pustaka dengan analisis data kuantitatif secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua program memiliki efektivitas komunikasi iklan berdasarkan dimensi EPIC Model yang termasuk dalam kategori cukup efektif. Program *Morning Show* memperoleh EPIC *rate* sebesar 289,95 sedangkan program *Afternoon Show* memperoleh EPIC *rate* sebesar 266,43. Dimensi Impact menjadi dimensi dengan skor rata-rata tertinggi dan dimensi *Communication* menjadi dimensi dengan skor rata-rata terendah pada program *Morning Show*. Sedangkan, pada program *Afternoon Show* dimensi Persuasion memiliki skor rata-rata tertinggi dan dimensi *Empathy* memiliki skor rata-rata terendah. Temuan ini menunjukkan bahwa program *Morning Show* memiliki tingkat efektivitas komunikasi iklan produk Padimas Cup Cake yang sedikit lebih tinggi dibandingkan program *Afternoon Show*, yang didukung oleh karakteristik pendengar, gaya penyiaran, serta konsep program *Morning Show* yang lebih sesuai dengan segmen pendengar pagi hari.

Kata Kunci: *Efektivitas Iklan, Radio, EPIC Model*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, serta kekuatan yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas pada Program *Morning Show* dan *Afternoon Show* (Studi Kasus pada 106,3 FM Urban Radio Bandung)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Proses penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Diperlukan ketekunan, kesabaran, dan komitmen dalam setiap tahapnya, mulai dari penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data, hingga analisis dan penelitian akhir. Di balik seluruh proses akademik tersebut, tersimpan pula berbagai pengalaman emosional yang turut membentuk perjalanan peneliti. Oleh karena itu, penelitian skripsi ini tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab akademik, tetapi juga menjadi bukti usaha dan pembelajaran hidup yang berharga bagi peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa bimbingan, bantuan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Wawan Lulus Setiawan, Ir., M.Sc sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, kesabaran, ilmu dan saran kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Ery Supriyadi R., Ir. M. T sebagai penelaah konsentrasi yang banyak memberikan kritik dan saran kepada peneliti sehingga membantu peneliti untuk memperbaiki kualitas skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Yang terhormat, Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si sebagai penelaah koperasi yang telah banyak memberikan kritik dan saran kepada peneliti sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik dan berkualitas.
4. Yang terhormat, Bapak Prof. Dr. Ir. Agus Pakpahan, MS., P. hd sebagai Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
5. Seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah membagikan ilmu dan wawasan yang sangat berarti, khususnya bagi peneliti, serta seluruh civitas akademika dan staf Universitas Koperasi Indonesia yang turut mendukung kelancaran proses perkuliahan, khususnya dalam menunjang perjalanan studi peneliti selama ini.
6. Bank Indonesia yang telah memberikan beasiswa selama satu tahun kepada peneliti sampai pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan pendidikan sarjana di Ikopin University.
7. Tim 106,3 FM Urban Radio yang menjadi narasumber, terkhusus kepada bapak Fasa Dienislami yang telah membantu dan mengarahkan peneliti dalam pengumpulan data, memberikan banyak waktu luang kepada

peneliti dalam memberikan informasi, motivasi, dan meyakinkan peneliti bahwa skripsi ini bisa terselesaikan tepat waktu.

8. Semestaku, mamah dan bapak tersayang yang selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi peneliti, selalu mendukung serta mendoakan putri bungsunya yang cengeng ini dalam pelukan yang hangat.
9. Teh Lia, ibu peri peneliti, kakak tersabar yang selalu menjadi telinga dari cerita kehidupan di masa-masa akhir perkuliahan dan memberikan dukungan semangat serta meyakinkan peneliti bahwa fase penulisan skripsi ini akan bisa peneliti lewati dengan baik.
10. A Upi, si cuek yang diam-diam selalu peduli dan selalu memberikan dukungan kepada adik bungsunya sampai detik ini.
11. Seluruh keluarga Abah Asof, Ceceu, A Cecep, Iban, Ikal, Ikram, Azka, dan Bizar yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti.
12. Seluruh rekan, senior dan alumni Swara Radio yang telah banyak memberi saran juga rekomendasi kepada peneliti, terkhusus kepada Teh Firda Kurnia Rahman yang selalu bersedia untuk berdiskusi dan memberi semangat kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
13. Sahabat terbaik peneliti, Sissy Via Anaza yang telah menjadi rumah dari cerita hidup peneliti juga senantiasa membantu, mendukung, menemani di saat senang maupun sedih, memberi semangat dan menjadi teman berjuang sejak usia 9 tahun sampai detik ini dalam mengejar gelar Sarjana Manajemen.

14. Barudak BEGOG, Meta, Ojang, Uni, Kate, sahabat peneliti yang jaraknya begitu jauh namun perhatian dan dukungannya kepada peneliti selalu terasa begitu dekat.
15. Kie, manusia berisik dan menyebarkan yang dengan penuh energi memberikan semangat, menghibur, dan menemani peneliti selama masa penulisan skripsi ini.
16. Barudak KOMBIP, Opel, Bona, Kinkin, Tepe, Sifa, Esa, Oci, Musfira, Aul, Rostika, Rasty, Febi, Dina, Dwi, Azis, Bagus, Irsyad, yang menjadi tempat menyenangkan untuk berdiskusi, berbagi canda dan tawa semasa perkuliahan.
17. Seluruh teman-teman seperjuangan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih sudah memberikan warna baru dan banyak hal-hal baik di hidup peneliti selama masa perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, namun besar harapan skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jatinangor, Agustus 2025

Zahra Zakiyah Fahira

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1 Maksud Penelitian	15
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	16
1.4.1 Aspek Teoritis.....	16
1.4.2 Aspek Praktis.....	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	17
2.1 Pendekatan Masalah.....	17

2.1.1 Pendekatan Manajemen.....	17
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	17
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	18
2.1.1.3 Just In Time Dalam Manajemen Penyiaran	19
2.1.2 Pendekatan Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.1.2 Bauran Promosi.....	28
2.1.1.3 Iklan.....	30
2.1.1.4 Fungsi dan Tujuan Iklan.....	32
2.1.1.5 Efektivitas Iklan	33
2.1.3 Pendekatan Radio	38
2.1.4 Pendekatan EPIC Model.....	40
2.1.5 Penelitian Terdahulu	44
2.2 Metode Penelitian.....	46
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	46
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	46
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data.....	49
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
2.2.5 Analisis Data.....	55
2.2.6 Tempat dan Lokasi Penelitian.....	60

2.2.7 Jadwal Penelitian	60
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	61
3. 1 Keadaan Umum Perusahaan.....	61
3.1.1 Sejarah Singkat 106,3 FM Urban Radio.....	61
3.1.2 Profil 106,3 FM Urban Radio.....	65
3.1.3 Deskripsi Program Siaran yang Diteliti.....	66
3.1.4 Visi dan Misi 106,3 FM Urban Radio	69
3.1.5 Struktur Organisasi 106,3 FM Urban Radio.....	70
3.1.6 Deskripsi Jabatan.....	72
3.1.7 Aspek Kegiatan.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Karakteristik Responden	80
4.2 Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas Pada Program <i>Morning Show</i> Berdasarkan Dimensi EPIC Model di 106,3 FM Urban Radio.....	82
4.2.1 Analisis Dimensi <i>Empathy</i> Program <i>Morning Show</i>	82
4.2.2 Analisis Dimensi <i>Persuasion</i> Program <i>Morning Show</i>	86
4.2.3 Analisis Dimensi <i>Impact</i> Program <i>Morning Show</i>	93
4.2.4 Analisis Dimensi <i>Communication</i> Program <i>Morning Show</i>	99
4.3 Efektivitas Komunikasi Iklan Produk Padimas Pada Program <i>Afternoon</i> <i>Show</i> Berdasarkan Dimensi EPIC Model di 106,3 FM Urban Radio	112

4.3.1 Analisis Dimensi <i>Empathy</i> Program <i>Afternoon Show</i>	112
4.3.2 Analisis Dimensi <i>Persuasion</i> Program <i>Afternoon Show</i>	118
4.3.3 Analisis Dimensi <i>Impact</i> Program <i>Afternoon Show</i>	125
4.3.4 Analisis Dimensi <i>Communication</i> Program <i>Afternoon Show</i>	133
4.4 Tingkat Efektivitas Setiap Dimensi EPIC Model Komunikasi Iklan Produk Padimas Pada Program Morning Show Dan <i>Afternoon Show</i> di 106,3 FM Urban Radio	148
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	162
5.1 Simpulan	162
5.2 Saran-saran	164
DAFTAR PUSTAKA	166
LAMPIRAN	169

IKOPIN
University

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga Nilai Tengah Iklan Radio	5
Tabel 2. 1 Karakteristik Radio Sebagai Media Auditif	38
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 2. 3 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 2. 4 Sumber Data dan Cara Menentukan Sumber Data	52
Tabel 2. 5 Teknik Pengumpulan Data	54
Tabel 2. 6 Rekapitulasi Skor Iklan Adlibs dan Spot Berdasarkan Dimensi EPIC Model pada Program Morning Show/Afternoon Show	56
Tabel 2. 7 Rentang Penilaian EPIC Model	57
Tabel 2. 8 Rata-rata Skor Berdasarkan Dimensi EPIC Model Program Morning Show/Afternoon Show	57
Tabel 2. 9 Rata-rata Skor Program Morning Show/Afternoon Show	58
Tabel 2. 14 Total Skor Program Morning Show dan Afternoon Show Berdasarkan Dimensi EPIC Model	58
Tabel 2. 15 Rentang Penilaian EPIC Model	59
Tabel 2. 16 Jadwal Penelitian	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	81
Tabel 4. 2 Karakteristik Informan	82
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Skor Dimensi Empathy Adlibs Pada Program Morning Show	83
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Skor Dimensi Empathy Spot Pada Program Morning Show	85

Tabel 4. 5 Rata-rata Skor Dimensi Empathy Program Morning Show.....	86
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Skor Dimensi <i>Persuasion</i> Adlibs Pada Program <i>Morning Show</i>	87
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Skor Dimensi <i>Persuasion</i> Spot Pada Program <i>Morning Show</i>	90
Tabel 4. 8 Rata-rata Skor Dimensi <i>Persuasion</i> Program Morning Show	93
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Skor Dimensi Impact Adlibs Pada Program Morning Show	94
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Skor Dimensi Impact Spot Pada Program Morning Show	96
Tabel 4. 11 Rata-rata Skor Dimensi Impact Program Morning Show	97
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Skor Dimensi Communication Adlibs Pada Program Morning Show.....	99
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Skor Dimensi Communication Spot Pada Program Morning Show.....	100
Tabel 4. 14 Rata-rata Skor Dimensi Communication Program Morning Show .	101
Tabel 4. 15 Rata-rata Skor Program Morning Show	104
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Skor Dimensi Empathy Adlibs Pada Program Afternoon Show.....	113
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Dimensi Empathy Spot Pada Program Afternoon Show	115
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Skor Dimensi Empathy Talkshow Pada Program Afternoon Show.....	116
Tabel 4. 19 Rata-rata Skor Dimensi Empathy Program Afternoon Show.....	117

Tabel 4. 20 Rekapitulasi Skor Dimensi Persuasion Adlibs Pada Program Afternoon Show.....	119
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Skor Dimensi Persuasion Spot Program Afternoon Show	121
Tabel 4. 22 Rekapitulasi Skor Dimensi Persuasion Talkshow Pada Program Afternoon Show.....	123
Tabel 4. 23 Rata-rata Skor Dimensi Persuasion Program Afternoon Show.....	125
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Skor Dimensi Impact Adlibs Pada Program Afternoon Show	126
Tabel 4. 25 Rekapitulasi Skor Dimensi Impact Spot Pada Program Afternoon Show	128
Tabel 4. 26 Rekapitulasi Skor Dimensi Impact Talkshow Pada Program Afternoon Show.....	130
Tabel 4. 27 Rata-rata Skor Dimensi Impact Program Afternoon Show.....	131
Tabel 4. 28 Rekapitulasi Skor Dimensi Communication Adlibs Pada Program Afternoon Show	134
Tabel 4. 29 Rekapitulasi Skor Dimensi Communication Spot Pada Program Afternoon Show.....	135
Tabel 4. 30 Rekapitulasi Skor Dimensi Communication Talkshow Pada Program Afternoon Show	136
Tabel 4. 31 Rata-rata Skor Dimensi Communication Program Afternoon Show	139

Tabel 4. 32 Rata-rata Skor Program Afternoon Show.....	140
Tabel 4. 33 Total Rata-rata Skor Setiap Dimensi EPIC Model pada Program Morning Show dan Afternoon Show	149
Tabel 4. 34 Seven Plus One Type of Waste di Urban Radio	157



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sebaran Radio di Jawa Barat Berdasarkan Kota Domisili 2024.....	7
Gambar 1. 2 Jumlah Pendengar URBAN Tahun 2024.....	9
Gambar 1. 3 Inovasi Produk Padimas Cup Cake	12
Gambar 3. 1 Kantor Urban Radio	62
Gambar 3. 2 Radio Visual Urban	63
Gambar 3. 3 Tampilan Website Urban Radio.....	64
Gambar 3. 4 Logo 106,3 FM Urban Radio	66
Gambar 3. 5 Logo Program Happy Pagi.....	67
Gambar 3. 6 Logo Program Sore Hore	68
Gambar 3. 7 Struktur Organisasi 106,3 FM Urban Radio	70
Gambar 3. 8 URBAN JRENG With Senjien.....	76
Gambar 3. 9 News Update Urban Radio.....	77
Gambar 3. 10 Konten With Padimas.....	78
Gambar 3. 11 Music Update Urban Radio	78
Gambar 4. 1 Tampilan Visual Siaran Program Happy Pagi	89
Gambar 4. 2 Tampilan Visual Iklan Spot Padimas Cup Cake.....	92
Gambar 4. 3 Diagram Lapis Bawang Posisi Setiap EPIC Model	151
Gambar 4. 4 Konten Reels Padimas.....	153
Gambar 4. 5 Sebaran Domisili Pendengar Urban Radio.....	155
Gambar 4. 6 Tree Diagram Perbedaan Rata-Rata Skor Program Morning Show dan Afternoon Show Dalam Efektivitas Iklan.....	160

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	169
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden Program Morning Show.....	177
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden Program Afternoon Show	181
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden MSI Program Morning Show	185
Lampiran 5 Tabulasi Data Responden MSI Program Afternoon Show	190
Lampiran 6 Alasan Pendengar Memilih Program Siaran Favorit	195
Lampiran 7 Script Iklan Spot Padimas Cup Cake.....	199
Lampiran 8 Script Iklan Adlibs Padimas Cup Cake.....	200
Lampiran 9 Question List Talkshow Padimas.....	201
Lampiran 10 Listener Data Urban Radio	202
Lampiran 11 Dokumentasi Lapangan	203
Lampiran 12 Pedoman Observasi	204
Lampiran 13 Pedoman Wawancara.....	205
Lampiran 14 Transkrip Wawancara General Manager	208
Lampiran 15 Transkrip Wawancara Program Director	210
Lampiran 16 Transkrip Wawancara Penyiar Program Morning Show	212
Lampiran 17 Transkrip Wawancara Penyiar Program Afternoon Show	214