



**“Produksi Program Acara Pro 2 Activity di Pro 2 RRI Semarang”
(Produser)**

Karya Bidang

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Strata I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

Dicky Aditya Wijaya

14030115140072

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2019**

ABSTRAKSI

Judul Karya Bidang : **Produksi Program Acara “Pro 2 Activity” di Pro 2 RRI Semarang**
Nama : **Dicky Aditya Wijaya**
NIM : **14030115140072**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Radio merupakan salah satu media masa yang sudah lama ada dan tetap bertahan hingga era konvergensi media baru seperti sekarang di tengah mudahnya akses ke berbagai media baru untuk memperoleh informasi dan hiburan. Radio Republik Indonesia (RRI) merupakan stasiun radio pertama yang dimiliki Pemerintah Indonesia dan resmi berdiri sejak 11 September 1945. Radio Republik Indonesia (RRI) memiliki 35 stasiun daerah yang tersebar di berbagai penjuru nusantara. RRI Semarang merupakan salah satu radio tertua di kota Semarang dibanding radio-radio swasta lainnya. Radio ini memiliki empat program dan memiliki program khusus yang ditujukan untuk segmentasi anak muda. Program tersebut adalah Pro 2 RRI. Pro 2 RRI sendiri memiliki beberapa program acara salah satunya adalah “Pro 2 Activity”.

Program “Pro 2 Activity” merupakan *daily program* yang disiarkan setiap hari pada pukul 06.00 WIB sampai 09.00 WIB dengan durasi 180 menit. Program ber-*genre infotainment talk show* radio ini, membahas berbagai informasi yang sedang menjadi *trend* dan aktual khususnya di kalangan anak muda dengan disertai *talk show* pada jam ketiga dengan menghadirkan narasumber dari kalangan anak muda. Tetapi dalam prosesnya, program acara ini memiliki jumlah respon pendengar yang sedikit. Hal inilah yang menjadi alasan penulis bersama tim produksi Karya Bidang lainnya untuk memproduksi program ini dengan konsep baru selama 24 episode. Program ini akan di tambahkan beberapa inovasi berupa paket siaran seperti *earcatcher*, *paparazy* (sandiwara radio), selingan viral (selvi), dan vox pop untuk lebih menarik antusias pendengar.

Dalam produksi program “Pro 2 Activity” selama 24 episode atau dalam kurun waktu 2 bulan penulis bertugas sebagai Produser. Penulis bertanggung jawab secara keseluruhan selama proses produksi program berlangsung, baik dalam pra produksi, produksi, maupun pasca produksi.

Setelah program “Pro 2 Activity” dikemas dengan konsep baru selama 24 episode, terjadi kenaikan jumlah pendengar yang signifikan. Jumlah pendengar rata-rata program “Pro 2 Activity” tiap episode sebelumnya adalah 4-5 orang. Tetapi, setelah tim produksi mengemas ulang program ini dengan konsep baru, jumlah rata-rata pendengar tiap episodenya naik menjadi 8-10 orang.

Kata kunci : radio, program, produser

ABSTRACT

Title : “Pro 2 Activity” Program Production in Pro 2 RRI Semarang
Name : Dicky Aditya Wijaya
Student No. : 14030115140072
Major : Communication Science

Radio is one of the mass media which has been around for a long time and has survived until the era of new media convergence. Radio midst of easy access to various new media to obtain information and entertainment. Radio Republik Indonesia (RRI) is the first radio station owned by the Government of Indonesia and was officially established on September 11, 1945. Radio Republik Indonesia (RRI) has 35 regional stations spread across various parts of the archipelago. RRI Semarang is one of the oldest radio stations in the city of Semarang. This radio has four channels and has a special channels aimed at youth segmentation. The channel is Pro 2 RRI. Pro 2 RRI has several programs, one of which is "Pro 2 Activity".

"Pro 2 Activity" program is a daily program that is broadcast every day at 06:00 to 09:00 o'clock with a duration of 180 minutes. This radio talk show infotainment program genre, discusses various information that is becoming a trend and actual, especially among young people, accompanied by a talk show on the third hour by presenting speakers from among young people. But in the process, this program has a small number of listener responses. This is the reason why the writer and the other Field Works production team to produce this program with a new concept for 24 episodes. This program will add several innovations in the form of broadcast packages such as earcatcher, paparazy (radio play), viral interlude (selvi), and vox pop to attract more enthusiastic listeners.

In the production of the program "Pro 2 Activity" for 24 episodes or within a period of 2 months the author served as a Producer. The author is overall responsible during the program production process, both in pre-production, production and post-production.

After the "Pro 2 Activity" program was packed with new concepts for 24 episodes, there was a significant increase in the number of listeners. The average number of listeners of the "Pro 2 Activity" program per previous episode is 4-5 people. However, after the production team repackaged the program with a new concept, the average number of listeners per episode increased to 8-10 people.

Keyword: Radio, program, producer

PENDAHULUAN

1.1 Judul

Produksi Program Acara “Pro 2 Activity” di Pro 2 RRI Semarang sebagai Produser

1.2 Latar Belakang

Radio merupakan media yang efektif bagi masyarakat karena memiliki jangkauan yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Kekuatan utama radio ada pada imajinasi yang di tawarkan, walaupun radio tidak menyajikan informasi dalam bentuk gambar (*visual*), tetapi radio menstimulasi melalui suara, dengan cara memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar (Masduki, 2001 : 9)

Berdasarkan data survei Nielsen Consumer Media View (Survei Nielsen Indonesia 2017) menyebut bahwa penetrasi radio masih menempati urutan keempat dibanding jenis media lain. Televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia, dimana penetrasinya mencapai 96 persen. Selanjutnya media luar ruang dengan penetrasi 53 persen, internet 44 persen, dan di posisi keempat adalah media radio sebesar 37 persen. (<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet>).

RRI memiliki 4 channel, diantaranya Pro 1 sebagai Pusat Pemberdayaan Masyarakat, Pro 2 sebagai Pusat Kreativitas Anak Muda, Pro 3 sebagai Jaringan Berita Nasional, dan Pro 4 sebagai Pusat Kebudayaan Nusantara.

Pro 2 RRI sendiri merupakan channel RRI yang dikhususkan untuk segmentasi anak muda. Di Pro 2 sendiri terdapat beberapa program unggulan, diantaranya adalah Pro 2 Kreatif, Pro 2 Activity, Numpang Nampang, Pro 2 Request, dan Pro 2 Popular.

Tetapi, diantara banyaknya program acara tersebut, program “Pro 2 Activity” ternyata tidak banyak di dengarkan oleh pendengar, rata-rata pendengar yang memberikan *feedback* melalui media sosial instagram dan whatsapp untuk program ini relatif sedikit. Yakni dengan jumlah rata-rata 4 orang per harinya. Oleh karena itu, kami ingin merefresh program “Pro 2 Activity” dengan konsep yang baru.

1.3 Tujuan

- Memproduksi program “Pro 2 Activity” dengan konsep baru selama 24 episode siaran, dimana program tersebut disiarkan selama 3 jam tiap episodenya.
- Meningkatkan jumlah respon pendengar program “Pro 2 Activity” di Pro 2 RRI Semarang yang awalnya hanya berjumlah 4-5 orang pendengar per episodenya menjadi 8-10 orang pendengar tiap episodenya.

1.4 Tinjauan Pustaka

Talk show pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Singkatnya seorang penyiar haruslah pandai berbicara. Program *Talk show* biasanya diarahkan oleh seorang pemandu acara (*host*) bersama satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah dirancang sebelumnya. Tiga bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio adalah :

1. *One – one show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
2. *Panel discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
3. *Call in show*, Program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan lebih dahulu oleh penyiar di studio, diberikan contoh berdasarkan pengalaman penyair, kemudian pendengar diminta untuk memberikan respons berdasarkan pengalaman masing-masing ke stasiun radio. Tidak semua respons audiens layak disiarkan sehingga perlu petugas penyeleksi telepon masuk sebelum di udarkan.

Infotainment merupakan singkatan dari *information* dan *entertainment* yang berarti suatu kombinasi sajian informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. *Infotainment* dalam kemasan yang lebih lengkap kerap disebut majalah udara yaitu suatu yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita dan iklan. Segmentasi program ini bersifat heterogen dan umumnya disajikan secara *easy listening* dengan durasi 5 hingga 60 menit. Program terbagi ke dalam sejumlah segmen yang diselingi lagu-lagu dan jeda iklan.

1.5 Segmentasi

Analisis pendengar yang menjadi target sasaran program acara “Pro 2 Activity” adalah masyarakat yang berdomisili di kota Semarang dan sekitarnya berusia 12-25 tahun dengan status sosial ekonomi B-C.

1.6 Format Acara

Program “Pro 2 Activity” merupakan program harian dengan format *infotainment talk show radio*, tim produksi melakukan produksi program acara sebanyak 3 episode tiap minggunya dengan total 24 episode siaran.

No.	Tema	Narasumber
1	Stop Body Shaming	- Mahasiswa Psikologi
2.	Demam Youtuber	Youtuber Semarang
3.	Sexual Harashment di mata Anak Muda	- Mahasiswa Psikologi - Mahasiswa Komunikasi
4.	Anak Milenial Peduli Sosial	- Komunitas HIMPS (Himpunan Mahasiswa Peduli Sosial)
5.	Literasi Gemar Membaca bagi Anak Zaman Now	- Komunitas Lingkar Studi Tjokro
6.	Muda, Kreatif dan Inovatif	- Wirausaha Muda
7.	Gaya Hidup Sehat	- Ahli Gizi/Pegiat Olahraga (Atlet)

8.	Traveling	- Anak muda hobi <i>travelling</i>
9.	Pemuda Berprestasi	- Mahasiswa berprestasi di bidang akademik/non akademik
10.	How to Motivate Our Self	- Mahasiswa Psikologi
11.	Lifestyle : Skin Care	- Mahasiswa Farmasi
12.	Mengatasi Krisis Anak Muda	- Wirausaha muda
13.	Krisis Percaya Diri Pada Anak Muda	- Mahaiswa Psikologi
14.	Milenial Tanggap Bencana Gempa	- Relawan ACT - Wapeala Undip - Mahasiswa Geologi
15.	Perayaan Kemerdekaan Ala Anak Muda	- Panitia upacara HUT RI desa Thekelan - Mahasiswa KKN Undip Thekelan
16.	Anak Muda Peduli Lingkungan (Sampah Plastik)	- Komunitas Greenpeace
17.	Inovasi Kreatif ala Anak Muda	- Mahasiswa Teknik Undip

18.	Pentingnya Safety Riding Bagi Milenial	- Komunitas Helmet Lovers Semarang
19.	Stop Penyebaran Hoax di Media Sosial	- Mahasiswa Komunikasi - Mahasiswa Psikologi
20.	Kepedulian Generasi Muda Terhadap Satwa dan Hewan Sekitar	- Pecinta reptil Undip - Haliaster Undip
21.	Daur Ulang Barang Bekas	- Komunitas Seangle Semarang
22.	Aksi Pentingnya Hutan Ala Anak Muda	- Komunitas Lindungi Hutan Semarang
23.	Potensi Wisata Daerah	- Putri Pariwisata - Content Creator Travelling
24.	Hobi Positif	- Fotografer - Ilustrator

1.7 Pembagian Kerja

Karya bidang ini dibuat oleh 4 orang mahasiswa dengan tugas dan pembagian kerja masing-masing, sebagai berikut:

- Dicky Aditya Wijaya (Produser)
- Juita Roliharni Purba (Pengarah Acara)
- Antika Yolanza (Pengarah Kreatif)
- Kristiawan Agma Bima (Editor)

PEMBAHASAN

Produser adalah orang yang bertanggung jawab dalam seluruh tahapan proses produksi baik itu pra produksi, produksi, maupun pasca produksi. Pada pelaksanaan dalam program acara “Pro 2 Activity” produser bertugas melakukan manajemen budgeting program, mengatur kesesuaian acara dalam rundown, dan mengawasi jalannya proses produksi.

2.1 Pra Produksi

Dalam kegiatan pra produksi produser bersama pengarah acara dan pengarah kreatif menentukan tema yang akan disiarkan beserta narasumber yang akan di undang. Kemudian produser memastikan kesiapan naskah paket siaran yang akan di produksi dan naskah pendukung siaran lainnya. Pada proses produksi paket siaran produser memberikan arahan kepada kru produksi dan operator teknik.

2.2 Produksi

Pada proses produksi program, sebelum siaran On Air produser memastikan terlebih dahulu seluruh paket siaran sudah di *import* ke dalam server agar penyiar lebih mudah. Produser juga bertugas memastikan kesiapan peralatan pendukung dan naskah siaran. Pada saat proses produksi berlangsung produser memastikan kesesuaian jalannya acara dengan rundown.

2.3 Pasca Produksi

Setelah proses produksi berlangsung, produser bersama tim karya bidang lainnya dan juga penyiar yang bertugas melakukan evaluasi pada episode berjalan agar dapat dijadikan perbaikan pada episode berikutnya.

PENUTUP

“Pro 2 Activity” merupakan program *infotainment talk show radio* harian di Pro 2 RRI Semarang dengan durasi 180 menit. Program ini memiliki segmentasi anak muda tapi kurang begitu diminati oleh pendengar karena jumlah respon pendengarnya tergolong rendah. Padahal program acara ini merupakan program yang menarik karena menghadirkan *talk show* di jam ketiga. Hal ini terlihat dari minimnya respon pendengar di media sosial Pro 2 RRI Semarang selama siaran berlangsung. Oleh karena itu, terhitung sejak pertengahan bulan Juni, penulis beserta tim produksi mengkonsep ulang program tersebut dengan inovasi yang baru.

Kesimpulan

Program acara “Pro 2 Activity” mengalami peningkatan jumlah pendengar sebesar 100 %. Dari yang semula sebanyak 4-5 orang pendengar tiap episodenya menjadi 8-10 orang pendengar. Peningkatan jumlah pendengar ini juga tak lepas dari proses *buzzing* yang dilakukan oleh tim sebelum dan selama kegiatan produksi dilakukan. Dengan melakukan *buzzing* melalui sosial media, membuat rasa penasaran pada target pendengar mengenai tema yang akan dibahas.

Saran

1. Perlu adanya *buzzing* melalui media sosial dengan konsep yang menarik dan mengundang rasa penasaran target pendengar.
2. Perlu adanya strategi khusus untuk menarik antusiasme pendengar, salah satunya dengan menggunakan kuis dengan hadiah menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Masduki, 2001. *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta : LKiS

Morrisan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Prenada Media Grup

Reynolds, Imelda. 2000. *Pedoman Jurnalistik Radio*. Jakarta: Internews Indonesia

Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa

Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran : Mengenal Medium dan Program Radio Siaran*. Yogyakarta : Grasia Book Publisher

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2019 pukul 21.15

<https://www.traxonsky.com/morning-zone-4/> Diakses pada tanggal 7 Maret 2019 pukul 22.10

WIB

<https://id.radiocut.fm/radioshow/desta-gina-in-the-morning/>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2019 pukul 22.15 WIB

<http://www.sonora.co.id/>. Diakses pada tanggal 7 Maret 2019 pukul 22.35 WIB