



Produksi Program Acara Pro 2 Activity di Pro 2 RRI Semarang (Editor)

Karya Bidang

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Komunikasi**

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Penyusun :

Nama : Kristiawan Agma Bima Setyanto

NIM : 14030115120020

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

2019

ABSTRAK

Judul Karya Bidang : Produksi Program Acara Pro 2 Activity di Pro 2 RRI Semarang (Editor)

Nama : Kristiawan Agma Bima Setyanto

NIM : 14030115120020

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Media radio yang dapat dikatakan sahabat masyarakat dari berbagai lapisan sebagai media dapat menemani, menghibur, dan menyampaikan berbagai informasi baru yang diperlukan oleh masyarakat. Radio dikatakan sebagai sahabat masyarakat dari berbagai lapisan dikarenakan radio dapat digunakan dari beragam orang dengan latar pendidikan dan adat istiadat yang berbeda untuk mengkonsumsi radio yang memberikan informasi melalui jaringan suara. LPP RRI berdiri sejak 11 September 1945 dan pada tanggal itu dijadikan sebagai hari RRI (Radio Republik Indonesia) yang setiap tahun diperingati. RRI Semarang merupakan salah satu bagian dari radio nasional di Indonesia yang senantiasa melakukan berbagai kreatifitas. RRI memiliki empat program dimana salah satu programnya dikhususkan untuk kalangan anak muda yaitu Pro 2 RRI

Penulis bertugas sebagai editor yang bertugas untuk menyiapkan segala konten kreatif dari *earcather*, *sandiwara radio (paparazy)*, *selingan viral (selvi)*, dan *voxpop*. Selain itu editor juga membuat pamflet yang nantinya akan digunakan untuk melakukan kegiatan buzzing melalui media sosial resmi Pro 2 RRI Semarang seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan twitter yang dilakukan saat siaran sedang berlangsung.

Pro 2 RRI Semarang memiliki program bernama Pro 2 Activity yang siaran setiap hari selama tiga jam dari pukul 06.00 – 09.00 WIB. Alasan memilih program ini untuk dikembangkan karena kurangnya antusias para pendengar terhadap program Pro 2 Activity. Terlihat dari minimnya respon pendengar dimedia sosial. Setelah program dijalankan selama 8 minggu dengan menggunakan konsep baru editor bersama tim berhasil memproduksi 24 episode dan program Pro 2 Activity mengalami kenaikan pendengar yang awalnya 3 sampai 4 pendengar setiap harinya menjadi 8 sampai 10 pendengar. Dan jika kedepannya masih terdapat karya bidang di Pro 2 RRI Semarang diharapkan tim karya karya bidang dapat memberikan terobosan yang lebih baik untuk meningkatkan jumlah pendengar

Kata kunci : Radio, program, editor

ABSTRACT

Title : Production of Pro 2 Activity Program at Pro 2 RRI Semarang
Name : Kristiawan Agma Bima Setyanto
NIM : 14030115120020
Major : Communication Studies

Radio media that can be said by friends of the public from various walks of life as media can accompany, entertain, and convey a variety of new information needed by the community. Radio is said to be a friend of the people from various walks of life because radio can be used from a variety of people with different educational backgrounds and customs to consume radio that provides information through voice networks. LPP RRI was established on September 11, 1945 and on that date was made the day of the RRI (Radio Republik Indonesia) which is commemorated every year. RRI Semarang is one part of the national radio in Indonesia that always carries out various creativities. RRI has four programs, one of which is specifically for young people, namely Pro 2 RRI.

The author is in charge as an editor whose job is to prepare all creative content from earcather, radio show (paparazy), viral interlude (selvi), and voxpop. In addition, the editor also made pamphlets that would later be used to conduct buzzing activities through the official social media Pro 2 RRI Semarang such as Instagram, WhatsApp, Facebook and Twitter which were carried out while the broadcast was in progress.

Pro 2 RRI Semarang has a program called Pro 2 Activity which broadcasts every day for three hours from 06.00 - 09.00 WIB. The reason for choosing this program to be developed is because of the lack of enthusiasm of listeners towards the Pro 2 Activity program. Seen from the lack of response on social media listeners. After the program was run for 8 weeks using a new concept the editor and the team succeeded in producing 24 episodes and the Pro 2 Activity program experienced an increase in listeners from initially 3 to 4 listeners every day to 8 to 10 listeners. And if in the future there are still field works in Pro 2 RRI Semarang is expected to provide better breakthroughs to increase listeners

Keywords: Radio, program, editor

I. Pendahuluan

Sejak awal pemunculannya, radio telah menjadi media komunikasi massa yang *powerfull*. Namun seiring dengan perkembangan teknologi maka radio pun mengalami sejumlah perubahan (Astuti,2008:11). Media radio yang dapat dikatakan sahabat masyarakat dari berbagai lapisan sebagai media dapat menemani, menghibur, dan menyampaikan berbagai informasi baru yang diperlukan oleh masyarakat. Radio dikatakan sebagai sahabat masyarakat dari berbagai lapisan dikarenakan radio dapat digunakan dari beragam orang dengan latar pendidikan dan adat istiadat yang berbeda. Radio yang memberikan informasi melalui jaringan suara, bahkan orang buta huruf sekalipun masih bisa memahami informasi, berinteraksi dan berpartisipasi dalam radio.

Media radio memiliki kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya. Kekuatan tersebut adalah kemampuan untuk membuat masyarakat lebih dekat dengan penyiar. Kelebihan inilah yang bisa menjadi kekuatan bagi media radio untuk kembali membuat masyarakat mau mendengarkan radio sebagai sumber informasi dan hiburan bagi masyarakat. Siaran radio bisa dijadikan sebagai kekuatan untuk mengembalikan pendengar radio agar tidak selalu mengandalkan internet sebagai sumber informasi yang sumbernya masih belum bisa dipertanggung jawabkan.

Di Indonesia sendiri pada umumnya media radio menggunakan jenis program interaktif. Jenis program ini menciptakan komunikasi dua arah antara pendengar dan

penyiar. Hal ini terjadi pada siaran radio dalam sesi question, kuis, dan program lainnya yang memberikan kesempatan kepada pendengar untuk berinteraksi dengan penyiar radio. Jenis program radio seperti ini memiliki potensi yang tinggi untuk menarik pendengar.

II. Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan waktu, pendengar radio mulai berkurang. Salah satu penyebabnya karena radio hanya bersifat audio tidak memiliki sifat visual seperti televisi yang memiliki keduanya. Banyak pendengar radio yang mulai beralih ke acara televisi karena lebih menayangkan visualisasi yang dapat dilihat dan mudah dicerna dari pada radio yang hanya menyajikan suara saja. Saat ini sudah tidak banyak para pendengar radio yang benar – benar mendengarkan radio. Dalam artian, hanya mendengarkan radio dalam beberapa waktu saja seperti di dalam mobil saat waktu perjalanan, hanya mendengarkan lagu – lagu yang selalu update, dan menikmati program yang disukai.

Menurut survey Nielsen televisi menjadi media terpopuler di Indonesia. Secara keseluruhan, konsumsi media dikota – kota besar diIndonesia menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia sebesar (95%), lalu internet (33%), radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%), majalah (5%).

Perkembangan media massa di era global ini memang tidak bisa di bendung dan dihentikan karena dalam kehidupan sehari – hari memerlukan perkembangan teknologi untuk memudahkan kegiatan sehari – hari, baik dilingkungan rumah maupun tempat kerja. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio pun mengalami sejumlah perubahan. (Astuti,2008:11). Beberapa inovasi dan strategi kreatif ditambahkan dan digunakan dengan tujuan mengembalikan eksistensi radio. Meskipun sempat surut, berkat beberapa perubahan yang dilakukan oleh pegiat radio menyebabkan kembalinya eksistensi radio. Pada tahun 2016 pendengar radio mulai meningkat dari yang sebelumnya 20% pada tahun 2014 menjadi 38%.

Program Pro 2 Activity berisikan siaran yang membahas tentang isu – isu terupdate dengan mendatangkan narasumber dari kalangan anak muda yang membuat anak muda lebih mudah mendapatkan hiburan dan informasi yang disampaikan dan ditemani dengan lagu – lagu kekinian.

III. Tujuan

- a. Memproduksi Program “Pro 2 Activity” dengan konsep baru selama 24 kali siaran, dimana program tersebut disiarkan selama 3 jam di setiap episodnya.
- b. Meningkatkan jumlah respon pendengar program “Pro 2 Activity” di Pro 2 RRI Semarang

IV. Kerangka Konsep

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring dengan banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya *audience*. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografis *audience* seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi hingga geografis. Maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok. (Morissan, 2008:221).

Di Indonesia, format siaran menjadi wajib dimiliki setiap stasiun penyiaran sebagaimana ketentuan Undang – Undang Penyiaran yang menyatakan bahwa permohonan izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan Undang -Undang. Khalayak audien umum memiliki sifat yang sangat heterogen, oleh karenanya harus dipilih segmen-segmen audien tertentu saja. Sedangkan segmen yang dipilih adalah bagian yang homogen yang memiliki ciri -ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan mereka (Morissan, 2008:168).

Menurut Joseph Dominick (dalam Morissan, 2008: 221) format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu:

1. Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter

2. Pilihan musik dan lagu
3. Pilihan musik dan gaya bertutur (*talk*); dan
4. Spot atau kemasan Iklan, jingle, dan bentuk – bentuk promosi acara radio lainnya.

V. Kesimpulan

1. Perlu adanya *buzzing* melalui media sosial dengan konsep yang menarik dan mengundang rasa penasaran target pendengar. *Buzzing* dan promosi menjadi strategi paling efektif untuk memperkenalkan suatu program kepada target audiens. Dengan *buzzing* yang lebih menarik dan kreatif diharapkan dapat membuat para pendengar tertarik untuk mendengarkan program acara. Strategi ini bisa menjadi fokus bagi Pro 2 RRI agar bisa lebih memperkenalkan diri dan juga program – program yang dimiliki kepada para pendengar

2. Perlu adanya strategi baru untuk meningkatkan antusiasme pendengar dengan mengadakan kuis dengan hadiah yang menarik. Diharapkan strategi ini bisa dilaksanakan Pro 2 RRI Semarang agar lebih banyak pendengar yang tertarik untuk mendengarkan Pro 2

3. Tim karya bidang mengapresiasi apabila Pro 2 RRI Semarang masih tetap menerapkan konsep selama ini yang telah diproduksi oleh tim karya bidang. Baik dari

inovasi paket siaran seperti *earcather*, *sandiwara radio (paparazy)*, *selingan viral (viral)*, dan *voxpath* yang kami rasa dapat meningkatkan jumlah respon pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosia 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

Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio : Kiat Menulis Berita Radio*. Bandung : Erlangga

Internet :

<https://www.romelteamedia.com/2014/08/survei-nielsen-televisi-media-terpopuler-indonesia.html>

<https://marketing.co.id/radio-masih-tetap-diminati/>

