

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman yang semakin maju dan berkembang di era globalisasi ini, membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam berkomunikasi. Komunikasi di masa sekarang lebih mudah untuk menjangkau komunikan atau si penerima pesan. Teknologi sekarang memang mempermudah masyarakat untuk mendapatkan dan menyebarkannya secara luas, apalagi di kotakota besar seperti kota Surabaya ini.

Media komunikasi massa salah satu contohnya, yang merupakan elemen yang sangatlah penting bagi masyarkat dalam mencari dan menerima segala informasi. Karena media massa menjadikan penghubung antara informasi maupun pembelajaran dengan masyarakat. Menurut Jay Black dan Frederick C (Nurudin, 2009:12) disebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Media massa semakin beragam jenisnya di setiap jaman, ada dua jenis media massa yaitu media massa cetak dan media elektronik. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film” (Ardianto, 2017:6).

Radio merupakan media massa dalam menyampaikan informasi melalui gelombang radio dan berperan dalam menyampaikan informasi dengan jangkauan luas. Radio menjadi alat penyampain pesan yang menjalani proses perkembangan yang cukup lama. Tidak terlepas dari informasi yang diberikan masyarakat, pastinya sebagai makhluk sosial dan memiliki rasa ingin mengetahui lingkungan sekitarnya. Menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian

saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya actual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Banyaknya persaingan di masa kini, terutama perusahaan radio yang semakin banyak berkurang para peminatnya, jelas dalam keadaan seperti ini peran dan kinerja pihak internal dalam perusahaan radio harus membangkitkan semangat, kreatifitas dan inovasi untuk menjadikan radio mampu bersaing dengan perusahaan radio lainnya.

Melihat fenomena yang terjadi sekarang ini dalam dunia industri radio membawa konsekuensi dan peran yang kreatif pada pengelolanya agar tetap bertahan dalam ketatnya persaingan yang sedang berlangsung, oleh karena hal tersebut maka disetiap stasiun radio harus mampu menciptakan dan memberikan berbagai macam program siaran yang menarik perhatian pendengar. Di zaman millennial atau anak muda jaman sekarang ini, stasiun siaran radio harus mampu menghadapi persaingan yang kuat. Kinerja tim dalam perusahaan pula merupakan aspek yang penting dalam menentukan kualitas perusahaan siaran radio. Di Indonesia ini banyak sekali stasiun siaran `radio yang disukai anak muda, seperti radio yang hits untuk anak muda seperti Prambors Radio, Hardrock FM, Gen FM dan stasiun radio lainnya.

Pada pembahasan kali ini, Radio DJFM Surabaya 94.8 menjadi pilihan tempat dalam menjalankan kerja praktik. Radio DJFM 94.8 merupakan sebuah radio hiburan yang keren dengan menyampaikan berbagai macam informasi terupdate serta diselingi musik-musik pilihan terbaik dan enak didengar. Seperti tagline dari Radio DJFM Surabaya 94.8 yaitu “The Ultimate Youngsters Radio” yang bertujuan khusus membidik segmen paramuda di kota Surabaya. Dalam hal ini Radio DJFM Surabaya 94.8 memiliki banyak list program yang tersedia untuk dapat didengarkan setiap harinya di jam yang berbeda-beda.

Dalam Radio DJFM Surabaya 94.8, terdapat banyak berbagai macam program siaran maupun program-program lainnya dengan format tema yang berbeda pula setiap harinya. Pada salah satu program siaran Radio DJFM 94.8 yaitu *Sunset Vibes*, terdapat berbagai tema yang telah ditentukan dengan informasi berbeda setiap harinya yaitu: *Good Vibes, Cinta, Movie, Technology, Horor, Wekeend & Fun*. Agar program acara *Sunset Vibes* ini tidak terlihat membosankan, maka dibutuhkan sebuah informasi yang menarik dan terbaru, sehingga program acara yang didengarkan menjadi lebih tertarik dan diminati oleh pendengar.

Dalam mencapai keberhasilan suatu program ini, peran produser dalam membantu dan bertanggung jawab dalam pembuatan berita untuk disampaikan menjadi hal yang sangat penting untuk kelancaran siaran. Seorang produser harus memiliki Ide kreatif, karena ide menjadi dasar utama memproduksi program siaran maupun konten, jika tidak ada ide maka tahap pembuatan program tidak dapat berjalan lancar. Dalam siaran radio bukan hanya sebagai bentuk seni berbicara, tetapi sudah menjadi industri kreatif, yang mana produser juga membantu penyiar dengan tim lainnya untuk memaksa otak kita memunculkan ide-ide baru, karena program siaran radio terus diproduksi sepanjang stasiun radio beroperasi. Jadi bukan hanya melakukan pembuatan script untuk siaran saja melainkan banyak tugas lainnya yang dilakukan oleh produser, seperti membuat podcast, pembuatan script, membuat konten, menjadi aktor konten, desain, dan lainnya, untuk mengembangkan perusahaan siaran radio ditengah persaingan ini. Maka dalam hal ini produser bukan hanya sendiri melakukan tugasnya, tetapi saling bekerjasama dengan tim.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang Praktik yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai produser dalam program acara sore *Sunset Vibes* di hari senin sampai jumat pukul 15.00 – 18.00 WIB. Dalam hal ini produser

membantu untuk pembuatan script berita, pertanyaan menarik dalam bentuk voting di Instagram, mencatat hasil representasi voting dan pembuatan konten. Bukan hanya itu, melainkan produser disini membantu dua program lainnya, dalam mencari narasumber dan pembuatan pertanyaan untuk program Jam malam (setiap hari Kamis) dan Muda Beda “Entrepreneur dan Komunitas (setiap hari Sabtu dan Minggu), membuat konten dan pekerjaan lainnya.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Dengan adanya Kerja Praktik ini, pemegang memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Agar mahasiswa dapat memahami dan mampu beradaptasi di lingkungan kerja sehingga siap dan tidak terkejut untuk bekerja di kemudian hari.
2. Untuk mempelajari bagaimana menjadi seorang produser yang harus kreatif dan bertanggung jawab atas perannya.
3. Memahami proses produksi dalam setiap program yang telah tersedia.
4. Mahasiswa dapat mengetahui dan mendapatkan pengalaman di dalam dunia radio, sehingga dapat bermanfaat di dunia kerja khususnya radio.

I.4 Manfaat Praktik

I.4.1 Bagi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Menjalin kerjasama yang baik antara universitas dan perusahaan, sehingga dalam hal ini dapat membantu teman-teman lainnya yang sedang mencari tempat untuk melakukan kerja praktik atau dalam bekerja.

I.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Memberikan pengetahuan dan pengalaman kerja di dunia radio, terutama bagi teman lainnya yang tertarik di media.
2. Menjadikan pribadi yang kreatif, disiplin, bertanggung jawab, melatih mental, kerjasama, berperan aktif dan memiliki semangat yang tinggi.
3. Mahasiswa dapat menyalurkan ide dari pembelajaran dan pengalaman selama perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Radio Saluran Media Massa

Radio adalah salah satu media massa elektronik tertua satu arah yang berperan untuk menyampaikan sebuah informasi dan sebagai media hiburan seperti memutar lagu-lagu, sandiwara radio dan masih banyak lagi. Radio termasuk dalam sebuah media massa karena memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Bersifat melembaga, yang berarti bahwa pihak yang mengelola terdiri dari sekelompok orang dan pedoman. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan. Selain itu juga bergerak secara luas, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama pula. Menggunakan peralatan teknis atau mekanis. Bersifat terbuka, artinya pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal jenis kelamin, usia dan suku bangsa, yang berarti, pendengar radio bersifat heterogen (Cangara, 2008: 126).

Radio menjadi sebuah alat dalam media massa dengan peran menyampaikan sebuah pesan maupun media hiburan seperti pemutaran lagu dalam bentuk audio. Radio memiliki ciri yang khas yaitu, dapat menjangkau khalayak secara meluas, dapat didengar bila siaran, daya rangsang rendah,

biaya yang digunakan relative murah dan dapat didengar ulang bila diputar kembali (Morissan, 2008, p. 11).

Radio sebagai media massa komunikasi elektronik tentunya memiliki kekuatan yang dimiliki oleh radio itu sendiri yaitu: Pertama, menjaga mobilitas. Radio tetap berusaha dan berupaya agar mobilitas pendengar tetap tinggi dan setia dengan program radionya. Radio dapat didengar tanpa harus menghentikan aktivitas, misalnya sambil bekerja, mengemudikan kendaraan, belajar, dan sebagainya. Kedua, informasi cepat dan informatif. Ada yang menyebut radio dengan "*Radio is the Now media*". Pengertian now di sini adalah kesegarannya. Dibandingkan dengan media cetak dan televisi, selain lebih cepat dalam proses penayangan informasi dan lebih murah dalam proses operasionalnya. Ketiga, auditif. Meskipun hanya memproduksi audio bukan visual seperti televisi dan media lainnya, namun radio tetap dianggap memiliki keunggulan. Alasannya, proses operasional relatif lebih mudah, selain itu radio memiliki komunikasi dengan suara dalam pendekatan kepada pendengar. Keempat, menciptakan theatre of mind. Produksi radio yang hanya berupa suara tanpa gambar, sehingga mampu menciptakan 'imajinasi' yang sering menggoda penasaran dan mengandai-andai oleh pendengar. Kelima, komunikasi personal. Sifat radio dengan komunikasi personalnya sangat menguntungkan untuk menciptakan keakraban antara radio dengan pendengar sehingga ikatan kebutuhan dan saling menguntungkan menjadi kuat. Keenam, murah. Karena pendengar pada umumnya tidak perlu membayar untuk mendengarkan radio. Beda dengan media cetak yang harus membeli untuk dibaca seperti koran, majalah dan lainnya (Wahyudi, 1992 :30).

I.5.2 Jenis Program Radio

Sifat radio yang hanya sepintas lalu, menjadikan radio harus mampu memproduksi sebuah program menarik, sehingga khalayak tidak bosan dan selalu setia menjadi pendengar radio.

(Morissan, 2008: 221) mengatakan bahwa secara umum radio terdiri dari dua jenis Program yaitu informasi dan musik. Dua jenis ini kemudian dikemas menjadi sebuah program yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan khalayak. Adapun program tersebut bisa terdiri dari berita radio, talk show, jingle, dan hiburan.

1. Berita Radio.

Merupakan sebuah laporan informasi terhadap suatu peristiwa yang terjadi dan dianggap penting bahkan menarik untuk dibahas. Informasi atau berita yang disiarkan harus sesuai fakta. Walau begitu, siaran berita dan siaran informasi selalu diolah berdasarkan kaidahkaidah jurnalistik dan sumber berita terpercaya.

2. Perbincangan Radio (talkshow).

Merupakan sama halnya dengan orang yang sedang melakukan wawancara, antara penyiar dengan narasumber. Jenis program ini melibatkan penyiar sebagai pemandu acara. Ada Tiga bentuk talkshow yaitu: One on one show (Perbincangan penyiar dengan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan keadaan posisi microphone terpisah pada studio yang sama), Panel discussion (Penyiar sebagai moderator bersama sejumlah narasumber), Call in show (Perbincangan yang melibatkan pendengar melalui telepon mengenai suatu topik dan tidak menutup kemungkinan apabila pendengar ingin menyampaikan informasi lain yang dianggap penting dan juga dapat menitipkan salam kepada kerabat teman maupun keluarga, dengan perbincangan ini khalayak dianggap aktif).

3. Jingle Radio.

Jingle radio merupakan gabungan kata-kata seperti tagline maupun musik yang menjadi ciri khas stasiun radio tersebut. Tujuan lain dari diciptakannya jingle radio adalah agar pendengar dapat selalu mengingat stasiun radio tersebut atau membentuk citra radio.

Seperti tagline yang sering muncul di radio DJFM 94.8 Surabaya “The Ultimate Youngsters Radio”.

4. Hiburan dan Iklan.

Merupakan sebuah program yang menyajikan hiburan dan informasi pengetahuan umum. Seperti memutar lagu-lagu hits terkini, memutar iklan yang telah menseponsori, menyajikan beragam tips dan motivasi, memberikan sebuah kuis (pertanyaan dan ada jawaban) untuk menghibur masyarakat dan menjadi keunggulan dari sebuah radio.

I.5.3 Produser

Produser memaparkan siaran berita, memutuskan apa berita atau konten yang akan menjadi lead siaran berita, dan menentukan aliran isi berita atau konten sehingga menjadi perhatian khalayak untuk mendengarkan radio. Produser adalah orang yang mengepalai departemen produksi yang bisa jadi penggerak awal sebuah produksi, kegiatan pelaksanaan yang dilakukannya sejak praproduksi, produksi sampai pasca produksi untuk mencapai keberhasilan suatu program (Mabruri, 2013: 27).

Produser adalah orang yang bertanggung jawab mengubah ide atau gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis. Produser terkadang ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya. Seorang produser harus memiliki Ide atau hasil pikiran yang menarik sehingga rencana program siaran berjalan lancar. Penyampaian pesan kepada khalayak melalui media massa sama dengan penyampaian ide yang disampaikan dengan maksud tertentu, karena itu sebelum menuangkan ide ke dalam bentuk naskah siaran, produser harus memerhatikan segala proses produksi siaran seperti membuat berita atau informasi yang menarik dan terupdate. Sehingga mencapai sasaran yang tepat. (Morrisan, 2008: 314)

Kinerja seorang produser menjadi salah satu kunci keberhasilan program. Dalam bidang media Kemampuan seorang produser sangatlah dibutuhkan dalam mempunyai keahlian, seni memimpin, mengorganisasi tim kerja, kreatifitas yang tinggi. Visi dan tujuan program menjadi tanggung jawabnya. Produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan kepada seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pasca produksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Seorang produser harus memiliki selera yang baik, karena di tangan produser suatu program bisa berjalan dan dihasilkan dengan baik dan tidak. Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa produser adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap semua berita yang disiarkan pada hari tertentu.

I.5.4 Tahapan Dalam Produksi

Dalam melaksanakan tugasnya, produser dan beberapa tim lainnya memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Untuk menjalankan tugasnya dalam mengembangkan suatu program siaran, ada beberapa proses yang dilakukan produser dan tim lainnya. Karena banyaknya kebutuhan dalam suatu produksi, seperti dana, tenaga dan ide-ide kreatif lainnya, maka proses produksi ini sendiri terdiri dari tiga bagian utama yaitu: tahap praproduksi atau perencanaan, tahap produksi, dan tahap pascaproduksi (Morissan, 2008 : 309) :

1. Pra Produksi

Pada tahap ini menjadi proses awal dalam kegiatan produksi program siaran. Tahapan ini bermula dari munculnya ide atau gagasan dari seorang produser dan tim lainnya, untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk bahan pengembangan pesan yang akan disampaikan. Ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada para komunikan, melalui medium radio atau televisi dengan tujuan tertentu. Karena itu, sewaktu menuangkan idenya dalam bentuk naskah

program siaran yang menarik, sesuai fakta dan produser harus memperhatikan faktor pendengar, agar apa yang akan disajikan dapat mencapai keberhasilan.

2. Produksi

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai betul, maka pelaksanaan produksi dimulai. Dalam pelaksanaan tahap produksi ini, berupa pelaksanaan perekaman gambar (taping) atau siaran langsung (live) untuk melihat apakah hasil pengambilan gambar sungguh baik. Jika terdapat beberapa kesalahan atau tidak sesuai Hal ini dapat disempurnakan lagi, Maka dengan itu sebelum taping maupun siaran langsung harus dilakukan check and recheck seluruh fasilitas produksi dan kru yang bertugas.

3. Pascaproduksi

Dalam tahap pascaproduksi ini menjadi tahapan akhir dari proses produksi program sebelum on air. Dalam tahapan pascaproduksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, diantaranya editing offline, online, narasi, effect visual, dan audio serta mixing sehingga materi dinyatakan selesai dan siap di tampilkan.