

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Dalam program siaran “Jalan-Jalan Pagi” di radio Suzana 91.3 FM peranan dari seorang produser sangat penting, sebab seorang produser dalam program siaran “Jalan-Jalan Pagi” memiliki tanggung jawab dan sebuah kontribusi terhadap proses dalam praproduksi, produksi dan juga pasca produksi.

Dalam tahap pra produksi program siaran “Jalan-Jalan Pagi” seorang produser memiliki tugas untuk memproduksi materi yang akan disiarkan dalam program siaran, baik itu mulai dari berita yang akan dibawakan saat siaran (*All News*), pemilihan topik materi yang akan menjadi bahan perbincangan antara penyiar dengan pendengar radio (*Talk News*), dan menyusun lagu dan iklan radio yang akan disiarkan pada saat siaran berlangsung.

Setelah melakukan diskusi bersama tim kerja lainnya, produser dalam tahap produksi memiliki tugas untuk menanggapi tanggapan dari pendengar sobat Suzana di media sosial dan Whatsapp. Dalam menanggapi di media sosial, seorang produser juga harus tetap menanggapi dengan karakteristik radio Suzana yakni “Guyonan Suroboyoan”.

Pada tahap pasca produksi tanggung jawab seorang produser dalam program siaran “Jalan-Jalan Pagi” adalah membuat laporan setelah siaran berakhir. Laporan tersebut akan menjadi bahan evaluasi bersama yang akan didiskusikan pada saat sebelum produser memperhatikan kedua penyiar melakukan tapping, sehingga

dapat disimpulkan bahwa seorang produser harus memiliki kreatifitas untuk dapat memproduksi ide terkait materi-materi yang akan dibawakan saat program siaran berlangsung agar tujuan dari berjalannya siaran tersebut dapat terwujud dan terlaksana dengan baik.

IV.2 Saran

Berikut adalah saran yang disampaikan oleh penulis kepada radio Suzana 91.3 FM selama melakukan kerja praktik.

1. Melakukan penjadwalan terkait melakukan evaluasi bersama dalam seluruh program siaran yang ada di radio Suzana 91.3 FM.
2. Meningkatkan alat-alat yang akan digunakan saat melakukan siaran.
3. Menambahkan jumlah karyawan dalam divisi produksi dan penyiaran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdul, H. (2013). *Komunikasi Massa* (M. Amin (ed.)). Alauddin University Press.

[http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf)

J. Baran, S. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa* (Melek Media). Erlangga.

Morissan, M. A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan*

Televisi. Jakarta: Kencana

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (A. C. Wardhani & F. Hamid U (eds.)).

Ghalia Indonesia.

Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa* (8th ed.). PT RajaGrafindo

Petsada.

Journal :

Trinoviana, A. (2017). *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar*

Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101 . 7 Fm),

Geronimo Fm (106 . 1 Fm), Penelitian ini menggunakan metode penelitian

kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara . Pen. Komunikasi,

12.

Sumber Lain :

File Suzana Radio 91.3 FM Surabaya.