

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA *GOOD MORNING*
YOUNGSTERS!! DI RADIO GERONIMO FM TAHUN 2018**

**NASKAH PUBLIKASI
SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh
Dimas Putra Mandegani
20150530116

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul:

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA *GOOD MORNING*
YOUNGSTERS!! DI RADIO GERONIMO FM TAHUN 2018**



[Handwritten signature]

Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn.

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada bagaimana manajemen produksi sebuah program acara radio yang diminati oleh banyak pendengar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek yang diteliti adalah program acara pagi *Good Morning Youngsters!!* milik Radio Geronimo FM.

Program acara *Good Morning Youngsters!!* merupakan program acara radio bersifat *morning show* yang mengudara setiap pagi dari pukul 05.00 sampai 10.00 WIB dipandu oleh Tio Andito dan Wipti Eta. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah program acara *Good Morning Youngsters!!* menerapkan empat fungsi manajemen dengan baik. Dalam proses pra produksi, produser dan penyiar menerapkan fungsi perencanaan dan pengorganisasian. Fungsi pelaksanaan diterapkan dalam proses produksi dan fungsi pengawasan diterapkan dalam proses pasca produksi. Walaupun begitu ada dua unsur yang tidak diterapkan yaitu tidak adanya naskah siaran dan kurangnya pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi produksi program acara.

Kata kunci: radio, manajemen produksi, proses produksi, program acara.

ABSTRACT

The research focuses on how the management of the production of a radio program that interests many listeners. This research used descriptive qualitative method. The object of this research is *Good Morning Youngsters!!*, a radio show by Geronimo FM.

Good Morning Youngsters!! airing every Monday to Friday at 5 until 10 pm hosted by Tio Andito and Wipti Eta. The collecting data method that used by writer is an interviewing, observating, documentating, and literature review.

The result of this research is *Good Morning Youngsters!!* implementing a production management functions such as a planning, organizing, actuating and controlling well. In the process of pre production, producer and announcer implementing a planning and organizing function. Actuating function implementing in a production function and controlling function implemented in a post-production. In the end of this research *Good Morning Youngsters!!* never used a script and lack of social media promoting

Key Words: radio, production management, production process, radio show.

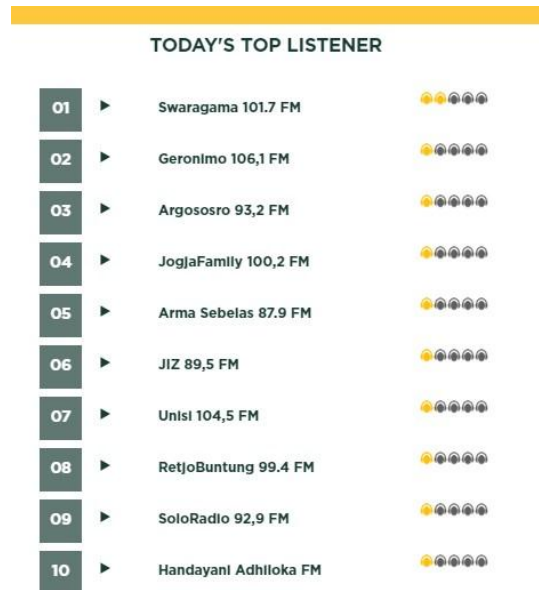
PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu media penyiaran yang memiliki peran menyampaikan informasi melalui lisan kepada pendengar supaya bisa tertangkap jelas dan mengerti apa maknanya. Radio memang sangat cepat berkembang dalam menyiarkan berbagai informasi, radio dapat berfungsi sebagai wadah media dalam bentuk, komunikasi, ekspresi, informasi, pendidikan maupun hiburan. Penggunaan radio juga memiliki beberapa kelebihan di banding media elektronik lain, seperti fleksibel, bisa di dengarkan di mana saja, kapan saja, dan bisa sambil beraktivitas lainnya (pekerjaan rumah, menyelesaikan tugas kuliah, dan menyetir mobil).

Setiap radio harus bersaing untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya pendengar dengan memaksimalkan setiap program yang dibuat. Salah Satu stasiun radio yang masih mendapat tempat di hati masyarakat Yogyakarta adalah Geronimo FM. Berdasarkan *Company Profile* tahun 2019, Geronimo FM berdiri tahun 1971. Didirikan oleh pemuda-pemuda yang tinggal di Jalan Gayam dengan target pasarnya yang merupakan pendengar berusia 18-50 tahun, sasaran umumnya adalah pelajar hingga dewasa. Geronimo FM menggunakan frekuensi 106.1 FM dengan daerah cakupan berada di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta. Geronimo FM juga bisa didengarkan seluruh dunia melalui saluran *streaming* di laman www.geronimo.fm

dengan koneksi internet. Menurut laman *streaming* Jogja Streamers, Geronimo FM masuk ke dalam daftar 10 besar radio paling sering didengarkan.

Gambar 1. 1 Data Radio Paling Sering Didengarkan



Sumber gambar: Website Jogja Streamers (jogjastreamers.com)

Dengan tagline “The Real Sound of Jogja” dan “Love Jogja and You”, Geronimo FM hadir memberikan semangat pendengarnya (utamanya kepada masyarakat Yogyakarta) melalui program-program khas dan menjadi identitas, maka hadirilah *Good Morning Youngsters!!*. Sesuai dengan namanya, *Good Morning Youngsters!!* –selanjutnya di singkat GMY- merupakan program acara pagi (atau biasa disebut *morning show*) harian dari Geronimo FM yang mengudara setiap pagi pukul 05.00 hingga 10.00 pagi.

Menurut salah satu Kancamuda, Valina Dinar, GMY merupakan program yang *fun* dengan guyonan kekinian. Hal ini juga didukung dengan karakter penyiar yang *friendly* membuat siaran tidak membosankan. Sama halnya yang dikatakan oleh Sansan, salah satu Kancamuda, bahwa GMY merupakan program radio yang kreatif dan bersahabat karena penyiarinya selalu mengajak pendengar untuk aktif berinteraksi

melalui sambungan telepon. (dalam wawancara via aplikasi pesan *WhatsApp* pada 21 Februari 2019 pukul 19.30 WIB).

Semua program mempunyai keunggulan masing-masing, karena jika dalam konteks *broadcasting*, secara khusus radio siaran merupakan suatu acara atau paket sajian berisi muatan kata-kata bahasa tuturan kata-kata penyiar/reporter/narator/narasumber, musik dan lagu, efek suara, yang disusun dan dikemas sedemikian rupa dalam bentuk program agar menarik minat untuk didengar (Triartanto, 2010:99).

Kegiatan penyiaran di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) diawasi oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID). KPID DIY membawahi media siaran di Daerah Istimewa Yogyakarta baik televisi atau radio. KPID DIY mempunyai program tahun guna mengapresiasi media-media penyiaran yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Anugerah Penyiaran DIY atau KPID Awards.

Sebanyak 332 materi masuk untuk bersaing mendapatkan siapa yang terbaik (kpid.jogjaprov.go.id diakses pada 21 Oktober 2018 pukul 23.32 WIB). Acara ini merupakan bentuk apresiasi KPID DIY sebagai badan pengawas media penyiaran di Daerah Istimewa Yogyakarta selama setahun terakhir. Acara ini bertujuan agar meningkatkan animo masyarakat untuk mendengarkan sajian-sajian televisi dan radio berkonten lokal.

RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut: “bagaimana manajemen produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* di radio Geronimo FM?”

KAJIAN PUSTAKA

1. Manajemen Produksi Program Radio

1.1 Pengertian Manajemen

Menurut etimologi, kata manajemen berawal dari kata *management* dalam bahasa Perancis yang artinya seni melaksanakan dan mengatur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) manajemen berarti sebagai

proses penggunaan sumber daya yang efektif untuk mencapai sasaran (Junaedi, 2014:33).

1.2 Manajemen Produksi

Manajemen produksi dilakukan agar bisa mengatur perancangan dan pengelolaan sebuah program. Menurut Morissan (2011:138), ada empat fungsi dasar manajemen, yaitu: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing*), dan pengawasan (*controlling*).

1. Perencanaan

Perencanaan adalah pemilihan sekuampulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Kegiatan perencanaan ini mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran, sehingga harus dilakukan terlebih dahulu.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Ada dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi, yaitu departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja agar kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama yang ditunjukkan oleh suatu bagan organisasi. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan yang terbatas.

3. Pelaksanaan

Menurut Morissan (2011:162) kegiatan ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan.

- a) Motivasi diperlukan agar sistem kerja kondusif dan karyawan bekerja dengan maksimal.
- b) Suatu media penyiaran harus memiliki situasi komunikasi yang lancar, baik dari manajer ke pegawai, atau pegawai ke manajer.
- c) Kepemimpinan merupakan kemampuan yang dipunyai seseorang untuk memengaruhi orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran.
- d) Pelatihan dilakukan dengan tujuan adalah untuk mempersiapkan diri karyawan dalam menghadapi perkembangan dan kemajuan stasiun media penyiaran.

4. Pengawasan

Menurut Robert J. Mackler dalam Morissan (2011:167), pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan dengan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan tindakan dan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara yang paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

2. Proses Produksi Program Radio

2.1 Program Acara Radio

Dalam buku *Planning Producing Presenting The Radio Programme* dikutip dari Triartanto (2010:98), ada beberapa poin yang dijadikan pedoman pembuatan program. (a) *Placement*/Penempatan; spot yang tepat dan sesuai, (b) *Timing*/Waktu; termasuk durasi dan rentang waktu pada setiap program, (c) *Announcement*/Penyiaran; kata-kata yang dituturkan penyiar sebagai pengantar perangkat dan penutup. (d) *Publicity*/Publisitas; mengekspos suatu

program atau promo lainnya. Sebuah stasiun radio dalam perencanaan programnya sangat perlu disusun agar pesan yang ada dapat tersampaikan.

Ada tiga jenis format siaran menurut Pringle-Star-McCavitt dalam Morissan (2011:233), yaitu: format musik, format informasi dan format khusus.

1. Format musik merupakan format yang lazim di gunakan di hampir seluruh stasiun radio komersil. Tapi semakin hari semakin sulit menentukan format musik dari sebuah stasiun radio karena jenis musik yang cenderung mirip satu sama lain.
2. Format informasi terbagi menjadi dominasi berita (*all news*), dominasi perbincangan (*all talk* atau *talk news*) dan kombinasi (*news talk*).
3. Format khusus ialah format yang ditujukan spesifik untuk suatu golongan pendengar berdasarkan etnis atau agama. Kemudian lahirlah format etnis dan format agama. Format ini menyajikan lagu, berita, hingga obrolan yang sesuai dengan format etnis/agama yang diusung.

Menurut Triartanto (2010:77), beberapa pihak yang menjalankan sebuah program radio adalah Manajer Produksi, *Program Director*/Penata Program, *Music Director*/Penata Musik, Produser, *Script Writer*/Penulis Naskah, *DJ*/Penyiar, Repoter, dan Operator Siar/Rekam. Jika dijabarkan, fungsi-fungsinya sebagai berikut;

1. Manajer Produksi

Seorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap proses dan hasil akhir produksi siaran. Produksi siaran tersebut meliputi penjadwalan studio rekaman untuk memproduksi

pendukung siaran seperti *station identity*, promo program, spot iklan, editing lagu, dan kualitas siaran.

2. *Program Director*/Penata Program

Seseorang *program director (PD)*, dibaca: Pidi) yang menduduki jabatan ini harus bertanggung jawab atas jalannya program acara di stasiun radio sekaligus penjadwalannya. Pidi harus memiliki kepekaan terhadap perkembangan tren terbaru, sehingga bisa menciptakan nilai lebih sebuah program siaran.

3. *Music Director*/Penata Musik

Music Director menentukan format, kriteria, dan penyedia lagu (dalam hal ini label rekaman) dalam setiap program sebuah radio. Seorang *Music Director* harus memahami bagian-bagian lagu seperti *intro*, *outro*, maupun *refrain* supaya bisa memilah dan memilih penempatan dan rotasi musik ketika membuat susunan lagu.

4. Produser

Produser bertanggung jawab atas program acara yang diusungnya dan selalu mengupayakan kualitas yang terbaik. Untuk penyajian program, produser harus menjalin kerjasama yang baik dengan *Program Director*, *Music Director*, Penulis Naskah, Penyiar dan Operator. Hal ini berguna agar produser bisa menentukan aturan apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam pembuatan program acara hingga pelaksanaannya.

5. Penyiar

Menurut Wibowo (dalam Wattie, 2017:3) seorang penyiar dalam Bahasa Inggris berarti *announcer*, berarti seorang yang mengumumkan atau memberitahukan suatu informasi. Tugas

utamanya adalah melakukan siaran untuk mencari pendengar sebanyak-banyaknya dan merawatnya untuk supaya tetap bertahan mendengarkan siarannya.

2.2 Produksi Program Acara Radio

Ada tiga tahap proses produksi program radio menurut Romli (2017:51-52), pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

A. Pra-produksi

Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam tahapan pra-produksi ini (Rihartono, 2015 : 56) yaitu:

1) *Planning*

Pencarian ide dilakukan pada proses ini. Proses pencarian ide di tahap ini dilakukan melalui diskusi kelompok, dibahas oleh tim kreatif.

2) *Collecting*

Pada bagian ini dilakukan pencarian dan pengumpulan materi musik yang disiarkan. Sumber bisa dari portal-portal berita *online* maupun surat kabar dan media cetak lain.

3) *Writing*

Tahapan ini mengklasifikasikan materi-materi yang masih kasar menjadi sebuah materi utuh dan lengkap menjadi satu kesatuan. Materi sudah siap baca dengan kalimat-kalimat yang dirangkai dan dengan naskah yang mudah diucapkan.

B. Produksi

Tahap ini merupakan tahap pengarahan, dimana mulai berjalannya proses pengarahan serta koordinasi masing-masing individu yang bertugas pada fokusnya masing-masing secara langsung. Pelaksanaan produksi siaran sesuai dengan jadwal tayang program.

Program radio terbagi menjadi dua (Morissan, 2011:234), yaitu musik dan informasi. Kedua jenis ini dibentuk untuk memenuhi kebutuhan pendengar.

Ada tiga bentuk program hiburan radio yang populer di Indonesia, yaitu:

1. *Info-entertainment*, yaitu penyampaian informasi dari dunia hiburan diselingi pemutaran lagu..
2. *Infotainment*, yaitu penyampaian informasi, promosi, dan sejenisnya dari dunia hiburan yang topiknya menjadi satu dengan lagu yang diputar.
3. *Information dan entertainment*, yaitu informasi yang berisi berita-berita aktual dilengkapi dengan perbincangan yang tidak selalu berada di zona dunia hiburan, diselingi pemutaran lagu dan iklan.

Selain penyiar dan produser, komponen pendukung produksi dibutuhkan dalam setiap produksi program acara. Penyiaran program akan lebih menarik dan memiliki kedinamisan karena adanya komponen-komponen pendukung program seperti *station call/ID"s*, *jingle program*, *opening tune*, *radio expose*, *teaser*, *smash music*, *bumper in/out*, spot iklan yang fungsinya menunjukkan identitas sebuah program di telinga pendengar (Triartanto, 2010:158).

C. Pasca Produksi

Di tahap ini dilakukan evaluasi program. Bagaimana pelaksanaannya.apakah berjalan dengan baik atau tidak. Di tahap ini semua kru akan berkumpul dan melakukan pembahasan terkait program yang di telah di produksi dan akan dipimpin oleh produser program acara yang terkait. Pada proses ini dilakukan evaluasi

berdasarkan hasil produksi siaran yang diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan efektif.

3. Teori *Segmenting, Targeting, Positioning*.

3.1 *Segmenting*

Segmentasi, menurut Kasali (dalam Wijaya & Sirine, 2016: 178) adalah suatu proses untuk membagi-bagi atau mengelompokkan konsumen ke dalam kotak yang lebih homogen. Tujuannya adalah untuk meminimalisir usaha-usaha dengan berfokus pada satu jenis khalayak yang mempunyai minat paling tinggi.

1. Segmentasi Geografik

Segmentasi ini membagi beberapa aspek khalayak seperti negara, regional, kota, desa, perumahan, kampung.

2. Segmentasi Demografik

Segmentasi ini membagi khalayak berdasarkan umur, jenis kelamin, besar keluarga, siklus kehidupan keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan.

3. Segmentasi Psikografik

Segmentasi ini membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik sosial, gaya hidup, atau kepribadian.

4. Segmentasi Tingkah Laku

Ditambahkan oleh Arens (dalam Junaedi 2014:149) segmentasi tingkah laku ini berdasarkan pada beragam variabel yang berkaitan dengan perilaku, yang umumnya adalah status, tingkat sosial, *purchase occasion* dan *benefits sought*.

3.2 *Targeting*

Menurut Keegan & Green (dalam Wijaya & Sirine, 2016:179), *targeting* adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi

pemasaran pada sebuah negara, propinsi, atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon. Menurut Morissan (2011:103), target audiens adalah memilih satu atau beberapa segmen audiens yang akan menjadi fokus pemasaran program dan produksi.

3.3 Positioning

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam khayalnya sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu (Morissan, 2011:197). Sebuah media juga harus memiliki citra atau penempatan posisi yang baik di mata khalayak. Karena pada hakikatnya, penempatan posisi produk merupakan tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen (Lubis, dalam Wijaya & Sirine, 2016:180).

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penulis menetapkan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif. Strauss & Carbin (Rakhmat, 2009 : 2) mengatakan, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai, dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik, atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana pada penelitian ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi.

Spesifiknya penelitian ini menggunakan studi kasus, dimana memungkinkan untuk menyelidiki suatu peristiwa, situasi, dan kondisi sosial tertentu untuk memberikan wawasan bagaimana peristiwa itu terjadi Hodgetts & Stolte (dalam Unika Priharsanti, 2018 : 126 – 136).

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Ketika melakukan observasi peneliti akan memperoleh beberapa informasi terkait ruang, pelaku, objek, kegiatan, peristiwa, kejadian, waktu dan perasaan. Hal-hal yang harus dipahami ketika melakukan observasi adalah topografi, jumlah dan durasi, intensitas, kekuatan respons, stimulus kontrol, dan kualitas perilaku (Rakhmat, 2009:7). Peneliti akan mengobservasi proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* di Geronimo FM.

b. Wawancara

Saat wawancara, keterampilan, kreativitas dan kekuatan improvisasi diperlukan untuk menunjang kualitas data yang didapat. Hal ini diperlukan karena ketika ingin mengulik informasi keterangan penelitian, tidak semata-mata sesuai dengan rencana awal. Ketika sudah menyusun daftar pertanyaan, tidak jarang akan muncul pertanyaan baru berdasarkan jawaban sebelumnya dari narasumber. Pada penelitian ini penulis akan melakukan wawancara dengan Tio Andito, produser sekaligus penyiar program acara *Good Morning Youngsters!!* dan Wipti Eta, penyiar program acara *Good Morning Youngsters!!*.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam hal ini mencari tahu melalui dokumen-dokumen yang terkait pada pengumpulan data penelitian. Dalam hal ini menggunakan dokumen resmi berupa *Company Profile* radio Geronimo FM, penelitian terdahulu, dan buku-buku referensi penunjang.

3. Teknik Analisis Data

Ada beberapa komponen analisis data yang saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data. Komponen-komponen tersebut seperti diungkapkan Miles & Huberman dalam Salim (2006:22), yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Penulis menyajikan data mengenai manajemen produksi, proses produksi dan bagaimana penentuan target khalayak dari program acara *Good Morning Youngsters!!* sehingga mendapatkan penghargaan sebagai program radio terfavorit versi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) DIY tahun 2018. Sumber data yang digunakan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dengan Adi Waluyo selaku Program Director Radio Geronimo FM, Tio Andito selaku produser sekaligus penyiar dari program acara *Good Morning Youngsters!!* dan Wipti Eta selaku penyiar dari program acara *Good Morning Youngsters*.

1. Manajemen Produksi Program Acara

1.1 Perencanaan

Tujuan dibuatnya program acara *Good Morning Youngsters!!* adalah memberikan sebuah program yang bisa membangkitkan semangat Kancamuda ketika memulai beraktivitas setiap harinya dengan segmen-segmen siaran yang menghibur namun tetap berisi. Menurut Morissan (2011:138) perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Kegiatan perencanaan ini mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran, sehingga harus dilakukan terlebih dahulu. Berdasarkan data diatas, sesuai dengan fungsi perencanaan program acara *Good Morning Youngsters!!* melakukan tahap fungsi perencanaan yaitu dengan menetapkan tujuan.

1.2 Pengorganisasian

Konsep *Good Morning Youngsters!!* yaitu siaran tandem atau dilakukan oleh dua orang penyiar menyesuaikan dengan konsep *fun*, ceria, memiliki *sense of humor*, dan *up to date*. Tio Andito dan Wipti Eta dipilih oleh Program Director Geronimo FM sebagai penyiar program acara *Good Morning Youngsters!!*. Tim produksi *Good Morning Youngsters!!* yaitu Program Director, Produser, Penyiar, dan Tim Audio Produksi. Fungsi pengorganisasian dalam program acara *Good Morning Youngsters!!* terletak pada penjabaran tim produksi dan pemberian tugas kerja ketika siaran sedang berlangsung. Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan

yang melingkupinya (Morissan, 2008:138). Berdasarkan data diatas, penentuan produser sekaligus penyiar dilakukan oleh Program Director karena memang kapasitas individunya memenuhi kriteria untuk memimpin dan membawakan program *Good Morning Youngsters!!*.

1.3 Pengarahan dan Memberikan Pengaruh

Produser bertugas memberikan arahan ke penyiar mengenai apa saja yang harus dibahas dan pembagian beban kerja. Produser sebagai pimpinan produksi program acara juga bertugas memberikan motivasi agar penyiar juga semangat dalam membawakan program. Motivasi yang diberikan oleh produser ketika proses produksi adalah dengan membuat segmen-segmen baru seperti *challenge*, *games*, tips dan trik yang seluruhnya bersifat interaktif.

Sikap kepemimpinan juga terdapat didalam diri Tio Andito sebagai produser program acara *Good Morning Youngsters!!*. Sikap tersebut ditunjukkan Tio Andito sebagai penyiar yang merangkap produser dalam memimpin diskusi dengan Wipti Eta untuk membahas materi siaran.

Pengarahan tertuju pada upaya merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab pekerjaan secara efektif (Morissan, 2011:162). Berdasarkan teori diatas, pemberian motivasi berguna untuk menggugah semangat karyawan. Motivasi dilakukan oleh Tio Andito sebagai produser yang memimpin jalannya produksi. Meningkatnya motivasi kerja akan membuat anggota tim menjadi lebih bersemangat mengerjakan *jobdesk* mereka sehingga hasil akhir yang keluar akan jauh lebih baik.

1.4 Pengawasan

Aktivitas pengawasan pada program acara *Good Morning Youngsters!!* dilakukan oleh masing-masing tim produksi. Produser dan penyiar melakukan pengawasan terhadap materi dan komponen pendukung produksi program. Adi Waluyo sebagai Program Director Radio Geronimo FM melakukan aktivitas

pengawasan program acara *Good Morning Youngsters!!* melalui Tio Andito sebagai produser.

Fungsi pengawasan dilaksanakan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi (Junaedi, 2014:46). Produser mengawasi secara langsung proses produksi siaran *Good Morning Youngsters!!* karena merangkap sebagai penyiar. Produser mengawasi kesesuaian materi dengan penyampaian penyiar, gaya dan tutur kata penyiar, sudah melaksanakan dengan baik perannya.

2. Proses Produksi Program Radio

2.1 Proses Pra-Produksi

Dalam menjalankan sebuah program acara tentunya perlu menentukan format programnya. Format Radio Geronimo FM adalah radio TOP 40. TOP 40 merupakan format siaran yang memutar lagu-lagu hits terkini yang disukai oleh target audiensnya yang berusia 18-25 tahun.

Produser dan penyiar merencanakan materi siaran sesuai dengan konsep dan format program. Produser mengajak penyiar untuk berdiskusi membahas materi yang akan disampaikan. Pembahasan dilakukan dalam waktu yang singkat. Penentuan materi siaran bukan berarti dilakukan jauh hari sebelum siaran melainkan pada saat jam siaran itu juga, yaitu di antara jam 05.00 – 10.00 WIB, di sela-sela *off air*. Produser maupun penyiar tidak mencari materi diluar jam siaran. Materi siaran dicari dan didiskusikan ketika jam siaran berlangsung. Menurut Tio Andito alasannya adalah materi yang dibawakan harus terkini. Hal ini, menurutnya, akan menimbulkan kedekatan antara program acara dan pendengar karena memiliki bahasan yang sama.

Tabel 3. 1 Peta persaingan program acara pagi di Prambors Radio, Swaragama FM dan Geronimo FM.

| No | Keterangan | <i>Destina Gina in the Morning with Kenny</i> (Prambors Radio) | <i>Your Friends in the Morning</i> (Swaragama FM) | <i>Good Morning Youngsters!!</i> (Geronimo FM) |
|----|----------------|--|---|--|
| 1 | Jumlah penyiar | 3 | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|----------------------|--|--|--------------------------------------|
| 2 | Jumlah tim produksi | 6 | 4 | 2 |
| 2 | Susunan tim produksi | Produser, penyiar, penulis naskah, operator siaran | Produser, asissten produser, penyiar | Produser dan penyiar |
| 3 | Naskah siaran | Menggunakan naskah tertulis | Menggunakan naskah tertulis | Tidak menggunakan naskah/improvisasi |
| 5 | Format program | Variety live show | Variety live show | Variety live show |
| 6 | Materi siaran | Live dan menggunakan audio insert sebagai konten | Live dan menggunakan audio insert siaran | Live |
| 7 | Promo Program | Twitter dan Instagram | Twitter dan Instagram | Twitter |

Sumber: Observasi peneliti.

Menurut Rihartono (2015:56) tahapan pra-produksi merupakan tahapan pencarian ide, menyusun sebuah topik dan aksi, menetapkan format program (*talk show*, diskusi, drama maupun dokumenter), penulisan naskah, pemilihan musik dan latihan pengisi suara.

2.2 Proses Produksi

Sebuah produksi program radio tidak hanya sebatas kata-kata yang diucapkan penyiar, namun juga memiliki kombinasi dengan komponen siaran. Kombinasi disusun dengan pembagian antara *talk in*, iklan, dan musik yang diputar.

Program acara *Good Morning Youngsters!!* juga menggunakan sosial media untuk promosi program acara mereka. Tim produksi menggunakan sosial media Twitter dan Instagram untuk mempromosikan siaran mereka dan menggunakan aplikasi pesan WhatsApp untuk berbalas pesan dengan pendengar. Penggunaan sosial media cukup penting supaya lebih dekat dengan pendengar dan mengetahui timbal balik dari materi yang dibawakan.

Program acara *Good Morning Youngsters!!* menghadirkan segmen-segmen interaktif untuk mengajak Kancamuda siaran melalui saluran telepon. Hal ini sesuai dengan konsep program acara *Good Morning Youngsters!!* yang *fun* dan interaktif. Di sisi lain, mengajak Kancamuda ikut siaran melalui sambungan telepon juga meningkatkan kedekatan terhadap program acara *Good Morning Youngster!!*.

2.3 Proses Pasca Produksi

Radio Geronimo FM selalu melakukan evaluasi besar dengan semua karyawan setiap 3 sampai 6 bulan sekali. Proses evaluasi membahas apa saja yang menjadi pokok permasalahan ketika sedang berproses. Setiap produser program menyampaikan evaluasinya ketika rapat besar tersebut. Pemanfaatan rapat besar sebagai wadah evaluasi dilakukan secara bulanan dan membahas hal-hal besar yang berpengaruh bagi perusahaan. Masalah-masalah kecil langsung dibenahi saat itu juga ketika terjadi keluhan dengan berkoordinasi melalui aplikasi pesan WhatsApp atau saat sedang di kantor. Sehingga rapat bulanan menjadi efisien dan efektif yang kemudian berimbas pada minimnya kendala saat produksi program.

Fungsi pengawasan dilaksanakan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi (Junaedi, 2014:46). Proses evaluasi merupakan proses yang sangat penting. Dalam proses evaluasi akan mengetahui kelebihan dan kekurangan program. Kelebihan program akan dipertahankan sedangkan kekurangan program akan diperbaiki pada proses produksi berikutnya. Sehingga nantinya kualitas dan kuantitas program akan jauh lebih baik.

3. Segmenting

Setiap stasiun radio mempunyai segmentasi pendengar yang bervariasi. Radio Geronimo FM sebagai radio anak muda mempunyai segmentasi pelajar hingga orang dewasa. Pelajar SMP, SMA, SMK, mahasiswa, dan pekerja. Program *Good Morning Youngsters!!* memiliki segmentasi yang hampir sama dengan Geronimo FM sebagai stasiun radionya. Segmentasi geografik *Good Morning Yongsters!!* adalah pendengar yang tinggal di perkotaan dengan segmentasi demografik anak muda berusia 15-25

tahun. Segmentasi psikografik program acara *Good Morning Youngsters!!* adalah anak muda yang kreatif, *up to date*, dan konsumtif.

4. Targeting

Program *Good Morning Youngsters!!* memiliki target audiens anak muda dengan karakter *fun* dan interaktif berusia 15-25 tahun yang tinggal di perkotaan. Program acara *Good Morning Youngsters!!* menerapkan model *spesialisasi market*, dimana memfokuskan diri pada kebutuhan kelompok tertentu yang memiliki pasar yang kuat. Hal ini didukung dengan penggunaan segmen-segmen yang sesuai dengan kebutuhan target. audiens.

5. Positioning

Radio Geronimo FM ingin menciptakan posisi sebagai radio yang disenangi oleh anak muda dengan target audiens 15-25 tahun. Citra yang melekat pada merek dalam positioning disebut sebagai *brand image* (Junaedi, 2014:162). Radio Geronimo FM tentunya memiliki strategi agar bisa mencapai posisi tersebut di telinga pendengar. Program Director menciptakan program-program yang menasar pada segmentasi dan target audiens Radio Geronimo FM. Materi-materi program juga disesuaikan dengan kebutuhan pendengar agar nantinya bisa diterima oleh pendengar.

6. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Produksi

a. Faktor pendukung

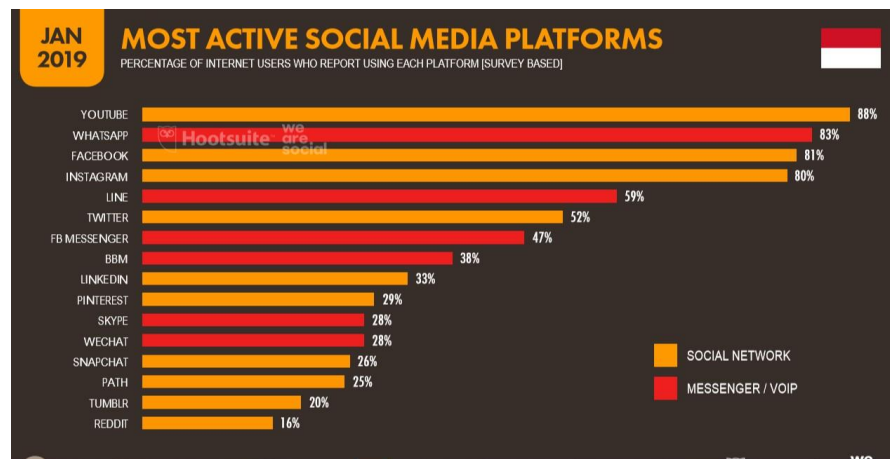
Tugas Produser merangkap sebagai penyiar (Tio Andito) sehingga koordinasi masalah materi tidak perlu melalui perantara orang ketiga. Penentuan materi lebih fleksibel dan leluasa karena bisa langsung berdiskusi dengan *partner* penyiar. Maka konten yang disampaikan bisa lebih tepat sasaran ke khalayak.

b. Faktor Penghambat

Tidak hanya faktor pendukung, tim produksi juga memiliki faktor-faktor yang menghambat jalannya fungsi manajemen produksi program acara *Good Morning Youngsters!!*. Faktor penghambat manajemen produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* adalah kurangnya promosi konten siaran yang bersifat interaktif di media sosial Instagram melalui fitur Instagram Story. Padahal, menurut survey Global Web Index yang dilakukan pada tahun 2018 kepada responden yang berusia

16-64 tahun (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> diakses pada 23 September 2019), Instagram menempati peringkat ke-4 media sosial yang paling sering digunakan.

Gambar 3. 1 Data media sosial paling aktif di Indonesia



Sumber: Survet Hootsuite dan We Are Social Media

Namun dalam pelaksanaannya di akun Instagram @geronimofm, jarang sekali mengunggah video cerita promo siaran melalui fitur Instagram Story. Padahal dengan mengunggah video cerita di Instagram Story akan meningkatkan jumlah pendengar yang berinteraksi dengan materi siaran *Good Morning Youngsters!!*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai manajemen produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* di Radio Geronimo FM tahun 2018, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Program acara *Good Morning Youngsters!!* menerapkan empat fungsi manajemen produksi yaitu fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) dengan baik.
2. Fungsi perencanaan (*planning*) dalam manajemen produksi diterapkan oleh tim produksi *Good Morning Youngsters!!* pada pra-produksi. Program acara radio yang umumnya menggunakan naskah siaran tidak digunakan oleh tim produksi *Good Morning Youngsters!!*. Produser dan penyiar menggunakan media sosial dan portal berita *online* sebagai acuan materi siaran dan langsung dibawakan. Sebelum melakukan produksi tidak ada diskusi membahas konsep dan materi apa yang akan dibawakan ketika siaran jauh hari sebelum siaran. Menurut penulis hal ini dinilai kurang efektif karena fokus produksi akan terpecah dengan harus mencari materi di sela-sela produksi. Fungsi pengorganisasian yang membagi tugas karyawan dalam suatu perusahaan juga diterapkan dalam produksi *Good Morning Youngsters!!*.
3. Fungsi pengarahan/pelaksanaan (*actuating*) yang merupakan pemberian motivasi, berkomunikasi, dan menerapkan kepemimpinan ditemukan dalam penelitian ini. Ketiga hal tersebut dilakukan oleh produser sebagai pemimpin produksi program kepada penyiar sebagai teman diskusi. Sedangkan unsur pelatihan diterapkan oleh produser ketika salah satu penyiar berhalangan hadir. Dalam proses produksi yang merupakan proses inti dari produksi program acara membagi program acara menjadi dua yaitu berita dan hiburan juga diimplementasikan oleh program acara *Good Morning Youngsters!!*. Namun program berita yang terbagi lagi menjadi dua yaitu *live* dan tunda tidak diterapkan oleh program ini. Tidak ada laporan khusus dari lapangan mengenai berita lalu lintas melainkan penyiar hanya membaca situasi lalu lintas melalui aplikasi Waze.

Program acara *Good Morning Youngsters!!* merupakan jenis program *information* dan *entertainment*. Hal ini ditunjukkan dengan adanya konten yang tidak hanya hiburan namun juga berisi informasi mengenai berita-berita dan isu terkini.

Berdasarkan karakteristiknya *Good Morning Youngsters!!* termasuk jenis program *variety show* karena adanya beberapa segmen, pemutaran musik hingga dialog interaktif dengan pendengar.

Promosi siaran yang merupakan peranan penting ketika siaran juga ditemukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa media sosial yang aktif digunakan adalah WhatsApp dan Twitter. Namun tim produksi tidak maksimal dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi.

4. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa fungsi pengawasan diimplementasikan dalam proses pasca produksi. Fungsi ini mengawasi jalannya produksi program yang dalam penelitian ini dilakukan oleh Program Director. Namun pengawasan yang seharusnya dilakukan dengan terjun langsung dalam proses produksi tidak terlihat disini. Program Director yang hanya mengawasi di ketika evaluasi perusahaan yang dilakukan 3 bulan sekali. Evaluasi siaran dilakukan dengan berdiskusi dilakukan setiap seminggu sekali oleh produser dan penyiar. Hal ini merupakan wujud implementasi evaluasi yang membahas kekurangan dan kelebihan program acara saat produksi. Nantinya produser akan melakukan laporan pertanggungjawaban kepada Program Director saat rapat perusahaan yang dilaksanakan 3 bulan sekali.

5. Tiga cara menentukan target khalayak, yaitu dengan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* ditemukan dalam penelitian ini. Empat jenis segmentasi yaitu segmentasi geografik, psikografik, demografik, dan tingkah laku ditemukan dalam penelitian ini. Segmentasi geografik berada di perkotaan, segmentasi demografik masyarakat dengan usia 15-25 tahun, dan segmentasi psikografik merupakan masyarakat yang menyukai hura-hura dan segmentasi tingkah laku merupakan masyarakat konsumtif. Hal ini dilihat dari pemanfaatan sosial media Twiter dan Instagram sebagai media promosi siaran yang mana anak muda tidak lepas dari media sosial.

Positioning yang merupakan strategi menentukan komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan di

dalam otaknya juga didapatkan dalam penelitian ini. Program acara *Good Morning Youngsters!!* dikenal sebagai program acara yang *fun* dan interaktif. Hal ini direpresentasikan dalam konsep materi hiburan yang harus melakukan sambungan telepon dengan pendengar dalam setiap produksinya. Konsep tersebut merupakan implementasi dari program acara yang harus menempatkan citra mereka di telinga pendengar.

6. Faktor pendukung dan penghambat jalannya sebuah manajemen produksi ditemukan dalam penelitian ini. Ada dua faktor pendukung, pertama adalah efisiensinya pembagian sumber daya manusia dimana Program Director menentukan Tio Andito yang merupakan penyiar *Good Morning Youngsters!!* sebagai produser program dan masifnya respon pendengar pada konten siaran *Good Morning Youngsters!!*. Faktor penghambatnya adalah kurangnya promosi siaran melalui fitur Instagram Story di media sosial Instagram. Banyaknya pengguna Instagram di Indonesia tidak dimanfaatkan oleh tim produksi sebagai media promosi untuk menarik perhatian pendengar. Tidak ditemukannya pemanfaatan media sosial Instagram dalam penelitian ini. Hal ini tentunya menyebabkan pendengar *Good Morning Youngsters!!* tidak bisa bertambah luas.

7. Secara garis besar tim produksi *Good Morning Youngsters!!* sudah menerapkan teori manajemen produksi dengan baik, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Namun ada teori yang terbantahkan di program ini, yaitu penggunaan naskah sebagai penunjang produksi siaran. Program acara *Good Morning Youngsters!!* membuktikan bahwa tanpa adanya naskah siaran bisa membuat mereka mendapat penghargaan Program Acara Radio Terfavorit versi KPID Awards tahun 2018.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap manajemen produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* di Radio Geronimo FM, maka peneliti mengajukan saran kepada tim produksi sebagai berikut:

1. Sesuai dengan konteks manajemen bahwa pada perencanaan awal tim produksi *Good Morning Youngsters!!* ada baiknya menyiapkan konten tidak secara langsung pada saat jam siaran guna menghindari tidak maksimalnya materi karena waktu yang sangat singkat. Diskusi yang dilakukan akan lebih matang jika materi disiapkan pada hari sebelumnya bahkan sudah disusun secara mingguan agar lebih terarah. Walaupun tanpa menggunakan naskah tetap lebih ada acuan bagaimana konten yang akan disampaikan.
2. Program Director lebih intens mengawasi jalannya produksi berlangsung. Hal ini berguna untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan ketika produksi program.
3. Tim produksi program acara *Good Morning Youngsters!!* lebih aktif melakukan kegiatan promosi di media sosial Instagram, terutama fitur Instagram Story, agar kuantitas pendengar lebih meningkat dari yang biasanya. Banyaknya pendengar yang bergabung pada konten-konten hiburan akan membuat penyiar juga bersemangat dalam melakukan produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku.

- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta, Kencana, Prenada Media Group.
- Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, Riset*. Yogyakarta. Buku Litera
- Mabruri Anton, KN, 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Non-Drama, News, & Sport*. Jakarta. PT Grasindo
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta. Pustaka Populer

- Mahfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Cakra Ilmu
- Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta. Kencana
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. Salemba Humanika
- Rakhmat, Jalalludin & Subandy Ibrahim. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Ramli, Asep Syamsul M. 2010. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter dan Scriptwriter*. Bandung: Nuansa.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku sumber untuk Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Triartanto, A. Ius Y. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta. Pustaka Book Publisher
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa

Jurnal

- Anjelisa, Lisbeth Mananeke & Mirah Rogi, 2018. *Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart Protection di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado*, *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 2, hal. 4073-4082.
- Herawati, Anita F & Setio Budi HH (2007). *Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori Niche terhadap Program Acara Radio Siaran di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2.
- Iwan Awaluddin Yusuf dalam Amir Effendi Siregar, dkk. 2010. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta (Anggota IKAPI).
- Massie, Ruth Debora, 2013. *Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor RRI Manado*, *Jurnal ACTA DIURNA*, vol. 2, no. 1.

- Prihatsanti, Unika; Suryanto & Wiwin Hendrianti, 2018. *Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi*, vol. 26, no. 2, Hal 126-136.
- Rakhmat, Pupu Saeful (2009), *Jurnal Penelitian Kualitatif*, 9, Vol. 5 (no 9), hal 1-8.
- Rihartono, Sihantari, 2015. *Strategi Pengelolaan Radio Siara di Tengah-Tengah Perkembangan Radio Internet Jurnal Komunikasi PROFTETIK*, vol. 08, no. 02.
- Wattie, Theodora Timothy K.K, 2017. *Kompetensi Penyiar Sebagai Komunikator dalam Program „Good Morning Hard Rockers” di Hard Rock FM Surabaya. Jurnal E-Komunikasi*, vol. 5, no.1, hal. 3.
- Widiyawati, Rizki (2017). *Manajemen Produksi Program Siaran “Kampung Radio” Radio Republik Indonesia Pro 1 Pekanbaru dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Pekanbaru. JOM FISIP*, vol. 4, no. 2
- Wijaya Harie, Hanie Sirine (2016), *Strategi Segmenting, Targeting, Positioning, Serta Strategi Harga Pada, Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap, AJIE – Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 3.

Website

kpj.jogjapro.go.id diakses pada 21 Oktober 2018 pukul 23.32 WIB.

www.geronimo.fm diakses pada 21 Juni 2019 pukul 20.30 WIB.

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> diakses pada 23 September 2019.