

Peran Produser “Indika Pagi” di Indika Fm Jakarta untuk Mempertahankan Minat Pendengar

Rai Galih Djabar, Medo Maulianza
 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
 Jalan Wijaya II No 62 Jakarta 12160
 Raigalih888@gmail.com, Medomaulianza@gmail.com

Abstract—This research was conducted to determine the role of a producer in maintaining the interest of listeners in the midst of the development of digital platforms for listening to music that exist today. In this study, researchers used a qualitative research approach and data collection techniques for this study using in-depth interviews. Interviews were conducted with 3 informants, namely Producer as key informant, Program Director as informant 1 (one), and Broadcasters as Informant 2 (two). The results of this study indicate that the role of the producer in maintaining the listeners' interest is very important. A producer must exchange ideas or ideas with the existing team. Brainstorming is done to determine a theme that will be discussed every day so that it remains updated, because in addition to listening to radio music, it must also provide updated information and also interesting segments so that listeners are not bored or bored because it is in accordance with the Indika FM format, namely music and talk.

Keywords—Role of Producer, Indika FM, Maintaining Listener's Interest, Radio

Abstrak—Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran seorang Produser dalam mempertahankan minat pendengar di tengah perkembangan digital platform untuk mendengarkan musik yang ada pada saat ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan dilakukan dengan wawancara yang mendalam. Wawancara dilakukan dengan 3 informan yaitu Produser sebagai key informan, Program Director sebagai informan 1 (satu), dan Penyiar sebagai Informan 2 (dua). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran Produser dalam mempertahankan minat pendengar sangatlah penting. Seorang produser harus melakukan tukar pikiran atau ide dengan tim yang ada. Tukar pikiran dilakukan untuk menentukan tema yang akan dibahas setiap harinya sehingga tetap update, karena selain untuk mendengarkan musik radio juga harus memberikan info ter update dan juga segment segment yang menarik agar pendengar tidak jenuh atau bosan karena sesuai dengan format Indika FM yaitu music and talk.

Kata Kunci—Peran Produser, Indika FM, Mempertahankan Minat Pendengar, Radio

I. PENDAHULUAN

Salah satu program unggulan pada pagi hari yang ada di Jakarta adalah program Indika Pagi yang ada di salah satu stasiun radio swasta yaitu 91.6 Indika FM. Indika pagi memberikan berbagai macam informasi yang tentunya juga

dapat menaikkan semangat di pagi hari. Indika FM memposisikan dirinya sebagai radio *lifestyle* Jakarta. Indika FM ini dimiliki oleh Indika Group. Indika FM mempunyai target di usia 25-35 tahun dan mempunyai segmentasi pasar di A dan B. Program Indika Pagi ini termasuk dalam program *Prime Time* karena mengudara pada pukul 06.00 - 10.00 WIB setiap hari Senin - Jumat. Program Indika Pagi termasuk salah satu program jagoan yang ada di dalam Indika FM.

Format program Indika Pagi yaitu *variety show* yang isinya memberikan informasi tentang edukasi, *lifestyle*, *traffic*, hiburan, dan juga diselengi dengan pemutaran musik untuk menghilangkan jenuh dan bosan pendengarnya. Indika Pagi mempunyai dua orang penyiar yaitu Meilki dan Aden. Para pendengar yang diajak berpartisipasi di dalam program Indika Pagi diminta untuk *sharing* tentang pengalamannya dan juga cerita seru lainnya. Dengan cara inilah program Indika Pagi dapat menarik para pendengar. Para pendengar merupakan bagian terpenting di dalam radio. Karena ketika sebuah stasiun radio mendapatkan banyak pendengar, disitulah para pengiklan mengajukan kerja sama untuk melakukan pengiklanan sebuah produknya atau kegiatannya.

Dengan banyaknya pengiklan tentunya dapat sangat membantu untuk memberi umur panjang pada sebuah stasiun radio swasta yang ada. Disinilah peran kerja sama tim program sangat dibutuhkan untuk mengatur sebuah strategi. Media massa ialah alat komunikasi yang berkerja dalam banyak skala, mulai dari skala yang sangatlah luas hingga dengan skala yang terbatas agar nantinya dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di element masyarakat. Istilah media massa sudah ada sejak puluhan tahun lalu yang tentunya mengacu kepada sejumlah media dan tetap dipergunakan dari dulu sampai dengan saat ini. Kehadiran berbagai media komunikasi modern yang ada pada saat ini tentunya tidak sama sekali menghalangi para pendengar untuk menikmati siaran radio itu sendiri. Karena kini radio dapat didengar melalui telepon pintar (*smart phone*) dan juga komputer tentunya dengan menggunakan jaringan internet yang dapat dengan mudah didapat pada saat ini.

Radio itu sendiri mampu menciptakan gambaran dalam ruang dan imajinasi para pendengarnya dengan kekuatan kata dan suara. Radio sebagai media massa elektronik yang mempunyai keunggulan dibandingkan televisi yaitu cepat, langsung, mudah dibawa kemana

mana, dan dapat didengarkan ketika melakukan kegiatan lain seperti belajar, memasak-menulis, atau disaat menyetir kendaraan untuk menemani perjalanan (Ningrum, 2007).

Jika pada saat masa lalu orang bisa mendengarkan radio hanya melalui unit radio saja sudah cukup, namun dengan perkembangan jaman pada saat ini, jika sebuah stasiun radio tidak memperbarui teknologi yang mengikuti zaman sekarang tentunya akan kalah saing dengan media media lainnya. Biasanya para pendengar mengakses radio di pagi hari untuk menemani perjalanannya dan juga menemani pada saat kemacetan yang tentunya sangat membosankan, disinilah menjadi salah satu faktor utama orang-orang untuk mengetahui berbagai macam informasi. Mereka mencari informasi di pagi hari biasanya tentang *news*, *traffic*, dan *music*. Pada waktu- waktu sibuk seperti ini di dalam radio disebut dengan istilah *Prime Time*. Istilah ini ada pada jam pagi dan sore hari ketika orang akan memulai aktivitas dan juga ketika orang menyudahkan aktivitasnya. Karena itu pada saat *Prime Time* inilah dipercaya dapat menarik pendengar.

Di balik kesuksesan sebuah program ada seorang Produser yang tentunya mengatur sebuah program yang ada. Produser merupakan orang yang memimpin sekaligus bertanggung jawab dalam sebuah program. Selain itu, Produser juga bertanggungjawab dalam memimpin bawahannya, seperti Eksekutif Produser serta tim program. Produser juga dapat disebut sebagai “kunci” dalam kesuksesan berlangsungnya sebuah program. Produser harus memberikan motivasi dan memberikan semangat kerja kepada timnya, sehingga mampu memberi inspirasi, memimpin dan membimbing timnya dengan baik dan benar.

Produser merupakan orang yang paling bertanggung jawab atas seluruh kegiatan produksi yang ada, mulai dari mempersiapkan penyiar maupun komponen pendukung lainnya. Dalam menjalankan tugasnya, Produser dituntut untuk selalu mengembangkan sebuah program yang dibuatnya, dengan cara memberi ide-ide serta terobosan-terobosan terbaru agar program yang dipimpinnya tidak monoton, sehingga para pendengar tidak cepat bosan dan Produser mampu mempertahankan minat pendengar program tersebut. Seorang Produser juga harus mempunyai ide-ide kreatif serta memiliki kemampuan dan selera yang baik, karena kinerja Produser dalam memimpin sebuah program akan akan mencerminkan kesuksesan program itu sendiri sehingga dapat mempertahankan pendengarnya. Maka dari uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti “Peran Produser “Indika Pagi” Di Indika Fm Jakarta Untuk Mempertahankan Minat Pendengar”.

Sebelum melakukan penelitian ini, telah lebih dulu dilakukan perbandingan dengan penelitian yang ada sebelumnya, yang tentunya menjadi acuan bagi penelitian ini. Terdapat tiga buah yang menjadi acuan dalam penelitian ini, yaitu tentang “Peran Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Acara Variety Show The New Eat Bulaga Indonesia di ANTV” yang dilakukan

oleh Andry Oktaviansyah dan Nawiroh Vera dari Universitas Budi Luhur Jakarta tahun 2017. Penelitian tersebut meneliti peranan yang dilakukan produser sehingga dapat menjaga eksistensi program hingga dapat diterima oleh semua kalangan dan menjadi acuan dalam penelitian ini. Lalu acuan yang kedua adalah penelitian tentang “Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen Di Idx Channel” yang dilakukan oleh Tuty Mutiah dari Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika tahun 2018. Penelitian tersebut meneliti tentang peranan seorang produser yang menjadi Gatekeeper yang ada pada saat Pasca Produksi. Karena peranan Gatekeeper sangat penting dalam menjaga kualitas dan kuantitas sebuah program untuk mencegah atau mengurangi kualitas sebuah program.

Lalu acuan yang ketiga adalah tentang “Peran Produser Pada Program Acara “Srigalamalam” Di 93.2 Fm Md Radio Jakarta” yang dilakukan oleh Nurdjanah Oktavia dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Jakarta tahun 2014. Peneliti meneliti tentang produser yang dalam menjalankan tugasnya menemukan hambatan. Hambatan menjadi seorang produser mendapatkan persetujuan dari Program *Director* menyangkut segmen baru yang dibuat dan kejenuhan akan rutinitas yang dilakukan. Jika sebentar saja produser meninggalkan ruang siaran akan berakibat fatal karena, tidak ada yang mengontrol jalannya siaran.

II. LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa

Dalam buku (Rachmat, 2003) Definisi komunikasi massa yang sederhana yaitu: komunikasi massa ialah pesan yang tentunya dikomunikasikan melalui media massa pada banyak orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa itu sendiri harus menggunakan media massa, sekalipun seperti berkomunikasi kepada khalayak banyak, contohnya seperti rapat yang dihadiri ribuan orang yang dilakukan di lapangan, jika tidak memakai atau menggunakan media massa. Maka tidak dapat disebut dengan komunikasi massa. Televisi dan radio termasuk dalam katagori media massa, yang biasa kita kenal dengan sebutan media elektronik. Sedangkan surat kabar dan majalah keduanya biasa kita kenal dengan media cetak, lalu film sebagai media komunikasi massa adalah film yang ditayangkan di bioskop.

Ahli komunikasi lain yaitu Garbner juga mengungkapkan definisi yang lebih detail. Menurut Garbner (1967) “Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan kelambagaan dari aliran pesan berkelanjutan yang paling

luas dibagikan dalam masyarakat industri). (Ardianto & Lukiati, 2004)

B. Media Massa

Media massa adalah sarana menyampaikan informasi dan juga komunikasi yang melakukan penyebaran secara massal agar dapat diakses masyarakat luas. Media massa adalah institusi yang menyambungkan seluruh masyarakat dengan melalui produk media massa yang dihasilkan. (Tamburaka, 2012) Detail penjelasan institusi media massa yaitu distribusi konten simoblis dan sebagai saluran distribusi, sebagai institusi publik yang bekerja dengan aturan yang ada keikutsertaan baik penerima sukarela ataupun sebagai pengirim, menggunakan standar profesional atau birokrasi, media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan. Mc Luhan mengatakan media massa ialah perpanjangan alat indera yang kita punya. Dengan menggunakan media massa kita dapat mendapatkan informasi tentang apapun (Ardianto & Lukiat, 2004).

C. Radio

Radio adalah media massa yang tertua sampai saat ini, radio memiliki keunggulan yaitu dapat didengar dimana saja, seperti di tempat tidur, di dapur, didalam mobil, dan juga tempat lainnya. Radio mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate* setelah surat kabar yang mendapat julukan keempat. Hal itu disebabkan karena radio siaran juga dapat melakukan beberapa fungsi kontrol sosial seperti surat kabar, disamping empat fungsi lainnya yakni menghibur, memberi informasi, medan melakukan persuasi, dan mendidik (Ardianto & Lukiat, 2004).

Cara radio mengirimkan sinyal yaitu menggunakan teknologi modulasi dan radiasi elektromagnetik. (Romli, 2009) Gelombang ini merambat dan melintas melalui udara dan selain itu bisa juga merambat melalui ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang radio ini tidak sama sekali memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara) (Romli, 2009).

D. Program Siaran Radio

Program adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *programme*, yang memiliki arti rencana atau acara. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang ada, program memiliki arti rancangan mengenai hal yang akan dikerjakan. Menurut Morissan (Morissan, 2005) dalam bukunya, program ialah segala hal yang ditampilkan agar memenuhi kebutuhan para penonton atau *audience*. Acara atau program yang akan ditampilkan adalah kunci yang membuat *audience* tertarik pada saat mengikuti siaran baik itu di stasiun radio maupun televisi. Jika program itu baik akan mendapatkan penonton dan pendengar yang besar, sedangkan sebaliknya jika acara itu buruk tidak akan mendapatkan pendengar dan penonton yang besar (Morissan, 2005).

E. Program Variety show

Program *Variety Show* ialah program yang memiliki beragam format acara yang dikemas semenarik mungkin dengan diselangi efek suara dan musik. Isi dari program *Variety Show* itu sendiri terdiri dari beberapa segmen.

Yaitu bisa berupa kuis, wawancara, info aktual, permintaan lagu, gossip, dialog interaktif, dan lain lain. Sejak tahun 1990-an Program *Variety Show* sendiri menjadi program ungla yang memiliki waktu siar pukul 06.00-10.00 (*prime time*) (Triartanto & A. Ius Yudo, 2010).

F. Produser

Produser ialah orang yang memiliki tanggung jawab merubah ide menjadi konsep praktis yang dapat dijual (Morissan, 2009). Produser juga melakukan penjadwalan untuk proses produksi dan memastikan adanya dukungan keuangan agar terlaksananya produksi. Produser terkadang juga harus ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan pada setiap harinya. Produser juga harus mengerti pandangan dan keinginan para pendukung modal atau biasa disebut sebagai investor, atasan, klien, dan juga audiens melalui proses produksi (Morissan, 2009).

Artinya, dalam makna professional produserlah yang membiayai atau menentukan pembiayaan, memimpin dan menggerakkan kegiatan produksi suatu program, dalam hal ini program radio. Stasiun radio siaran, apabila tertarik pada program tersebut dengan pertimbangan perkiraan akan dapat menarik banyak pendengar, sehingga laku dijual sebagai program yang memiliki tentunya nilai komersil, dan diharapkan memperoleh banyak iklan, dibelilah program tersebut untuk disiarkan. Tentu saja produser akan menjual produksinya pada stasiun radio siaran dengan harga yang dapat menutup seluruh biaya produksi ditambah keuntungan. Sangat mungkin terjadi produser tersebut adalah juga karyawan dari stasiun radio siaran sendiri. Mungkin salah seorang presenter, announcer, atau redaktur yang sekaligus memiliki kemampuan sebagai produser suatu mata suatu siaran, dapat juga dimanfaatkan untuk memproduksi suatu program atau mata acara siaran (Wibowo, 2012).

G. Strategi Program

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan atau target tertentu. W.J.S mengatakan dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, kreatif adalah mempunyai daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang kreatif. Dalam stasiun radio khususnya pada bagian produksi siaran membutuhkan orang kreatif dan inovatif. Sehingga penyajian dalam program radio siaran perlu adanya sesuatu yang isinya orisinal, baru/aktual, dinamis, unik, edukatif, informatif, menghibur, trendi, dan komunikatif (Triartanto & A. Ius Yudo, 2010).

H. Strategi Program Radio

Perencanaan strategis adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, program strategis dan kebijakan yang tentunya diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dan menjamin bahwa strategis dan kebijakan telah diterapkan (Morissan, 2008).

Rencana operasional itu sendiri merupakan penguraian

rinci bagaimana rencana strategis tersebut akan dicapai. Rencana operasional itu ada dua bagian yaitu rencana tetap dan rencana sekali pakai. Rencana sekali pakai itu dikembangkan agar dapat mencapai tujuan tertentu dan tidak akan digunakan kembali jika tujuan tersebut sudah tercapai. Sedangkan rencana tetap merupakan pendekatan standar untuk penanganan situasi yang tentunya dapat terjadi berulang-ulang dan diperkirakan (Morrisan, 2008).

I. Minat Pendengar

Pendengar mempunyai sifat heterogen. Berbeda dalam pendidikan, usia, status kehidupan, dan jenis kelamin. Jadi, tentunya kekuatan radio tidak dapat menjamin pesan tersebut akan diterima dan dimengerti para pendengar. Karena itu, konsep pesan pada saat penyajian suatu program harus ringkas karena pikiran para pendengar tidak dapat menyimpan informasi yang jumlahnya berlebihan. Radio itu sendiri merupakan komunikasi satu arah, sehingga harus menggunakan bahasa yang sederhana. Karena makna suatu pesan yang disampaikan melalui suara, reporter penekanan kata dan suku kata maupun intonasi penuturan kata berhubungan dengan lemah ataupun kerasnya suara (M.Romli & Syamsul, 2009).

J. Peran, Tugas, dan Tanggung Jawab Seorang Produser

Teknis dan Operasional, yang termasuk dengan teknik dan operasional adalah pada saat sesi studio. Seorang produser juga berpengaruh dalam membuat dan mengarahkan suatu acara (McLeish, 2005). Mulai dari bagian teknik mengecek kesediaan alat siaran apakah alat yang ada rusak atau tidak. Serta juga selain itu juga operasionalisasi kelengkapan alat sebelum siaran. Dalam hal ini produser juga bertanggung jawab pada saat editorial dengan cara menentukan ide yang nantinya juga akan dilakukan pengembangan ide untuk menghasilkan program acara yang bagus menarik serta dapat memenuhi kebutuhan para pendengarnya. Seorang produser juga harus menyiapkan materi siaran sebelum siaran dimulai, dan biasanya materi siaran itu harus menarik dan juga sedang hangat dibicarakan sehingga menarik banyak pendengar.

Setelah siaran ada yang namanya Pasca Produksi. Pada bagian ini produser menjadi pribadi yang kreatif dan harus mempunyai selera yang baik. Oleh karena itu seorang produser harus mengetahui dan mengevaluasi siaran yang telah dilakukan (McLeish, 2005).

Seorang produser juga tentunya bertanggung jawab pada administrasi seperti untuk perencanaan kebutuhan program (McLeish, 2005). Seorang produser harus membuat rencana program. Kemudian dalam program tersebut produser juga harus mendata apa saja yang dibutuhkan untuk merealisasikan program tersebut.

Lalu ada yang namanya sesi terakhir. Sesi terakhir disini sama halnya dengan evaluasi program setiap episodenya. Seorang produser harus mengevaluasi siaran karena dengan evaluasi seorang produser dapat mengetahui hal hal apa saja yang harus ditambahkan atau dikurangi

pada program acaranya. Lalu ada yang dinamakan program administrasi. Pada program inilah produser yang mengurus bagian administrasi seperti dokumen kontrak dengan narasumber, biaya dan pembayaran, lembur, cuti, pengaturan pemakaian studio, membalas surat atau email dari pendengar. Seorang produser juga harus dapat *memanagerial* pendengar dan juga selera pendengar.

Produser juga harus melist permintaan *request* lagu dan memastikan acara berjalan dengan lancar hingga akhirnya dapat diteima dan memuaskan pendengar. Tentunya seorang produser harus mempunyai selera yang bagus seperti Alan Rutzel mengutip dari Paul Ruch "*a producer a must have a good taste*" yang artinya produser itu harus punya selera yang baik dan seorang produser harus tau bagaimana meng-implementasikan imajinasi yang dimiliki dan mengembangkan kecerdikan terhadap sesuatu hal (McLeish, 2005).

K. Paradigma Penelitian

Paradigma memiliki arti kesatuan consensus yang sangat luas pada suatu bidang ilmu pengetahuan dan juga membantu dalam membedakan antara instrumen ilmiah yang satu dengan kelompok yang lainnya (Subadi, 2006). Paradigma mengelompokan, menghubungkan dan mendefinisikan antara metode-metode, teori-teori, serta instrumen yang ada didalamnya. (Subadi, 2006) Paradigma yang digunakan pada penelitian ini ialah paradigma post-positivistik. Penelitian post-positivistik berdasarkan pada pandangan positivis terkait dengan adanya masalah pengendalian dan juga peramalan, tapi juga mencoba mengembangkan tentang sebuah pemahaman yang beda tentang hal-hal lain untuk menjawab pengeritik yang nantinya akan dilontarkan terhadap kelompok positivis. Realitas objektif diyakini ada, tetapi tidak dapat dipotret seutuhnya dan hanya akan dapat didekati. Post-positivistik menggunakan berbagai macam metode dalam penelitiannya, tentunya sambil menekankan pembuktian teori (*theory verifivation*) dan penemuan (*discovery*).

Meskipun akan mengambil posisi yang objektif, tentunya akan ada yang namanya interaksi penelitian dan juga partisipan yang nantinya akan mempengaruhi data dari post-positivistik digunakan untuk nantinya dapat hukum umum pendekatan yang akan dipilih (Poerwandari, 2007).

Paradigma penelitian kualitatif ialah pendidikan subjektif dan sistematis dalam menjelaskan pengalaman hidup yang berdasarkan kenyataan lapangan (Iskandar, 2009). Proses penelitian ini dijalankan melalui pengalaman manusia dalam aneka bentuk dan juga pemahaman. Pendekatan semacam ini sangat konsisten dengan filosofi *holistic* di bidang pendidikan dan juga sains sosial. Penelitian kualitatif itu sendiri berangkat dari ilmu sosial dan ilmu perilaku manusia, hakikat dari *holistic* bagi manusia itu sendiri melalui penelannya terhadap orang didalam interaksinya dengan *setting social* (Iskandar, 2009).

L. Pendekatan Kualitatif

Pada penelitian ini peneliti sendiri menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif ialah metode yang berdasar oleh filsafat post-positivistik, digunakan pada saat meneliti pada kondisi suatu objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang dimana seorang peneliti itu sendiri ialah sebagai *key instrument*, teknik pengumpulan data-data yang tentunya akan dilakukan secara gabungan (triangulasi), analisis data tersebut bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif itu sendiri lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016).

III. METODE PENELITIAN

Metode kualitatif itu untuk menguji teori atau hipotesis. Berdasarkan dengan rangkaian teori tentang sebuah penelitian metode kualitatif tersebut, karena jenis penelitian ini memusatkan pada deskripsi data yang berupa kalimat yang mempunyai arti mendalam yang tentunya berasal dari informan. Hasil data dari penelitian ini berupa fakta-fakta yang telah ditemukan pada saat dilapangan oleh peneliti. (Sugiyono, 2016) Kekuatan dan keunggulan metode deskriptif didasarkan pada anggapan bahwa dengan menggunakan metode ini dapat menggambarkan keadaan sebuah objek pada saat tertentu dan mendefinisikan data yang menunjukkan tampilan dari suatu realitas, dan mengumpulkan data yang menunjukkan suatu gagasan atau peraturan. Data yang dikumpulkan dalam penggunaan metode ini berupa kata kata, gambar, dan bukan angka angka.

A. Subyek Penelitian

Objek penelitian dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebuah program siaran radio yang disiarkan oleh Indika FM setiap Senin sampai dengan Jumat pukul 06.00 sampai dengan pukul 10.00 WIB, yaitu program Indika Pagi. Peneliti ingin mengetahui bagaimana peran Produser dalam mempertahankan minat pendengar. Peneliti menggunakan satu objek penelitian, Selain itu, peneliti menggunakan 1 *key* informan yaitu produser dan 2 informan yaitu Program Director dan Penyiar agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian dengan tepat.

B. Konseptualitas

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif, yaitu peneliti mendeskripsikan atau menjelaskan secara faktual, sistematis, dan akurat atau wawancara terhadap subyek penelitian tersebut. (Krisyantono, 2006) Penelitian kualitatif untuk mengemukakan pemahaman dan atau gambaran mengenai mengapa dan bagaimana suatu realitas atau gejala komunikasi bisa terjadi. Riset kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya. Selain itu metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang memiliki karakteristik adanya konstruksi sosial pemaknaan budaya dan realitas.

Sifat penelitian kualitatif menekan pada persoalan

kedalaman kualitas data dan bukan pada banyaknya kuantitas data yang ada. Maka hasil penelitian kualitatif lebih bersifat fleksibel dan juga tidak bermaksud untuk membuat generalisasi (Krisyantono, 2006).

C. Teknik Pengolahan Data

Teknik yang akan dipakai ialah teknik komparatif konstan dimana nantinya analisis yang dilakukan berdasarkan data yang akan ditemukan oleh peneliti, kemudian melakukan interpretasi dan pengkatagorian dengan memadukan teori yang sudah dijelaskan. Berikut adalah tahapan yang dilakukan dalam teknik komparatif konstan yaitu transkrip, koding, interpretasi, analisis (Krisyantono, 2006).

D. Teknik Analisis Data

Koding dimaksudkan untuk dapat mensistematisasi dan mengorganisasi data secara lengkap dan juga mendetail sehingga data yang akan memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari. Dengan demikian peneliti nantinya akan dapat menemukan makna dari data yang dikumpulkannya. Untuk melakukan proses analisis data secara rinci, peneliti mengacu pada alur tahapan yang ditawarkan oleh Strauss dan Corbin antara lain koding terbuka, koding aksial, dan koding selektif (Poerwandari, 2007).

E. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menentukan lokasi penelitian yang bertempat di kantor Indika FM yang bertempat di Jalan Kemang Utara Raya No. 16B2, Bangka, Kec, Mampang prpt, Kota Jakarta Selatan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran Produser “Indika Pagi” Di Indika Fm Jakarta Untuk Mempertahankan Minat Pendengar

Menjadi seorang produser pada sebuah program radio tidaklah mudah seperti yang kita bayangkan, karena didalam sebuah program Produser adalah pemimpin yang mengkoordinasikan kepada penyiar dan juga seluruh team yang ada. Maka dari itu sebelum menjadi produser, *key* informan terlebih dahulu magang di berbagai tempat sebelum akhirnya bekerja di Indika FM dan menjadi salah satu produser di Indika FM.

Produser juga bertanggung jawab pada proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Peran Produser adalah kunci penting dalam kesuksesan sebuah program. Kemampuan seorang Produser dalam mengkoordinasi dan memimpin sebuah tim sangat dibutuhkan karena seorang Produser harus mampu menyatukan segala ide yang ada dan tujuan program yang nantinya akan masuk didalam siaran.

Selain itu Produser harus juga memberikan sebuah terobosan yang menarik agar dapat mempertahankan minat pendengar. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “kalo kerjanya kayak ngasih deadline, kalo

di Indikakan lebih 1 talk itu mungkin ngomongnya 3 menit 2 menit, jadi aku yang ngejaga mereka ngomong, terus abis itu aku bikin script juga pastinya dalam sehari. Terus memastikan kalau featurenya tayang naik atau enggak, memungkinkan kalau dari produksi suka skip, aku juga mencoba untuk ngingetin lagi kayak kesitu perannya”.

Indika FM Jakarta bukan hanyalah sekedar radio tetapi sudah menjadi *multiplatform* media yang dimana ada 3 pilar yaitu edukasi, inspiratif, dan informative. Ketiga pilar tersebut dimaksudkan agar para pendengar Indika FM dapat terinspirasi dan melakukan sesuatu hal untuk masa depan, sesuai dengan format Indika FM yaitu *music and talk*. Pada saat ini Indika FM menjadi salah satu radio yang berdiri sendiri disaat radio lain sudah berada didalam beberapa group. Banyaknya stasiun radio yang ada tidak menjadi *pressure* untuk Indika FM karena perkembangan Indika FM yang terus meningkat dalam 2 tahun terakhir. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “buat informasi juga IndikaFM satu-satunya radio yang saat ini sebenarnya berdirinya sendiri, disaat radio lain masih as a group. Sejauh ini kita tetap optimis sih dengan apa yang kita lakuin. Karena pertumbuhan radio Indika yang kurang lebih dalam 2 tahun terakhir terus meningkat”.

Program Indika Pagi adalah sebuah Program yang ada pada stasiun radio Indika FM Jakarta. Indika Pagi itu sendiri mengudara di pagi hari yaitu pada pukul 6 sampai pukul 10. Untuk penyiaranya sendiri Indika Pagi mempunyai 2 orang penyiar yang menemani para pendengarnya. Indika Pagi termasuk salah satu program unggulan di Indika FM Jakarta. Didalam program Indika Pagi itu sendiri terdapat program feature dan juga talk. Indika Pagi diawali dengan info yang ringan seperti membahas kesehatan, lalu setelah itu ada program feature *Weekend pagi* yang isinya adalah membangunkan para artist dan juga teman Indika dengan cara ditelpon oleh Meilki dan Aden selaku penyiar.

Setelah itu ada program *Cetar*, celoteh tentang Jakarta raya, di segment ini Indika Pagi membahas tema apapun seputar Jakarta mau tentang lalu lintas atau topik apapun itu, pada segment ini penyiar melakukan interaksi dengan para pendengar dengan cara membacakan *reaction* yang dilemparkan pendengar melalui whatsapp. Lalu ada feature *Madjaki*, *Madjaki* ini juga membahas tentang Jakarta tetapi lebih mengarah ke pembahasan budaya Betawi. Selanjutnya ada segment *OOTD*, *OOTD* itu adalah obrolan *of the day*, pada segment ini barulah membahas topik yang *relate* dengan kehidupan sehari hari seperti keuangan, percintaan, dan tentang perkantoran. Pada segment ini interaksi kepada pendengar sangat banyak. Penyiar pada segment *OOTD* ini sering menelpon teman Indika untuk menanyakan seputar hari harinya lalu penyiar memberikan tips-tips yang ada. Penyiar sering memberikan tips pada saat ngantor seperti agar tidak cepet stress pada saat ngantor dan juga tips agar bisa mengkritik atasan, karena pada jam saat segment ini mengudara sudah masuk jam

orang orang berpergian atau berada di kantor sehingga tips yang diberikan sangatlah *relate*.

Selain itu penyiar juga memberikan hiburan agar dapat membuat mood para pendengar baik. Lalu di segment selanjutnya Indika Pagi mempunyai *feature* seblak serba serbi lakon kantor, *feature* ini dibuat dengan tujuan menghibur para pekerja kantoran yang sedang berada di kantornya. Nuasana komedi pada segment ini sangatlah kental karena agar dapat memberikan mood yang baik dan *positive* untuk para pendengar.

Peran produser pada saat pra produksi juga sangat dibutuhkan. Tugas produser ada saat pra produksi ialah mengecek kesiapan dan kelengkapan yang akan dipakai untuk siaran seperti *microphone*, komputer, kabel-kabel dan lain lain.

Persiapan ini harus wajib dilakukan oleh seorang produser agar meminimalisir terjadinya kesalahan. Misal jika ada komputer atau *microphone* ada yang error barulah nantinya Produser menghubungi tim teknis yang ada. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “Oh iya, tiap hari ngecekin kesiapan alat alat siaran kayak *microphone*, komputer, sama kabel. Apabila nanti pas aku cek nemuin kerusakan ya barudeh aku koordinasi sama orang teknis”. Selain menyiapkan teknis didalam studio, produser juga harus menyiapkan *script* yang materi-materi yang akan dipakai oleh penyiar yang nantinya akan disiarkan kepada para pendengar setia Indika Pagi atau biasa dikenal dengan sebutan sobat Indika. Produser pada program Indika Pagi tidak sama sekali mengurus soal administrasi karena didalam Indika FM sudah ada tim sendiri yang dibuat untuk mengurus pengajuan biaya untuk iklan ataupun biaya yang lainnya terkait produksi program. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “Oh kalo untuk itu bukan bagian aku, kalau untuk itu ada divisi lain yang ngurusin.”.

Produser mendapatkan materi biasanya dari portal berita yang ada selain itu juga dari beberapa sosial media yang ada pada saat ini, jadi seorang Produser dituntut harus update tentang berita atau perkembangan yang ada pada setiap harinya, sehingga para pendengar mendapatkan berita yang update setiap saatnya misal tentang lalu lintas, fakta fakta yang lagi viral, dan juga info-info lainnya. Materi siaran disiapkan oleh Produser H-1 atau pas hari H siaran tergantung materi yang akan dibuat, jika materi kesehatan atau materi untuk tips-tips, seorang Produser membuatnya di H-1, jika info-info tentang lalu lintas dan berita lainnya dibuat oleh Produser pada hari H agar berita yang diberikan masih hangat. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “Kendalanya kadang kalo untuk siaran kendalanya itu adalah aku pas sebelumnya kadang beritanya gak update susah nyari berita, terus maksudnya gak sesuai indika beritanya. Terkadang juga gue suka kehabisan ide, untung ada anak Indika yang mau mikir dan ngasih solusi bareng-bareng. Terus yang pascanya barudeh gue dengerin lagi, kendalanya kalo di pasca paling ya kalo ada salah dikit baru agak sulit di edit lagi”.

Standar khusus yang dipehatikan oleh Produser Indika Pagi ialah program Indika pagi tidak memberikan siaran tentang gossip dan juga politik, jadi berita dan info yang disiarkan lebih *general*. Seorang Produser juga harus dapat membangun mood penyiar. Pembangunan mood penyiar bertujuan agar supaya pada saat melakukan siaran para penyiar memiliki mood yang baik sehingga memberikan suasana menjadi *happy* kepada para pendengarnya. Produser membangun mood penyiar dengan cara menanyakan kegiatan sehari-hari penyiar ataupun hobby si penyiar tersebut, dengan cara seperti itu biasanya penyiar akan menjawab dan nantiya akan menanya balik kegiatan itu dilakukan agar penyiar lebih bersemangat. Program Indika Pagi di Indika FM mempunyai keunikan pada kedua penyiarnya yaitu Meilki dan Aden. Kedua penyiar tersebut dikenal di masyarakat sebagai komedian sehingga pembawaan di setiap segment di Indika Pagi selalu menyenangkan, dibalut dengan celetukan-celetukan kedua penyiar tersebut selaku komedian sehingga dapat membuat para pendengar tidak gampang bosan pada saat mendengarkan radio dan juga sangat dapat menaikkan mood bagi para pendengar setia Indika Pagi atau dikenal sebagai teman Indika.

Didalam program Indika Pagi selain featurenya yang mampu bersaing dengan radio lain kedua penyiar tersebut juga menjadi daya tarik dari program Indika Pagi. Segmentasi pasar Indika Pagi itu adalah A dan B karena dimaksudkan untuk menangkap CEO, Direktur, Manager, dan Karyawan. Kalau untuk usia program Indika Pagi menargetkan pendengar di usia 25-35 tahun. Maka dari itu format lagu yang diputarkan pada Indika Pagi mulai dari tahun 80, 90, dan 2000an dan juga lebih mengarah ke musiik atau lagu-lagu barat karena agar sesuai dengan segmentasinya yang lebih mengarah ke orang dewasa. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “Kalo Indika itu segmentasinya lebih ke A B C udah mulai ke C, tapi lebih utamanya kita A B karena kita menangkapsi ceo, direktur, karyawan, manager, tapi kita juga menyambung ke ibu rumah tangga yang memiliki bisnis, dan umurnya sekitar 25 sampai 35.” Produser mengamas program Indika Pagi yaitu dengan cara sering berinteraksi dengan para pendengarnya yaitu teman Indika. Produser berinteraksi dengan pendengarnya dengan cara membacakan whatsapp yang sudah teman Indika kirim dan juga memutar lagu yang sudah teman Indika *request*.

Dengan cara seperti ini pendengar dapat lebih terhibur. Karena dibentuknya program Indika Pagi ini bertujuan untuk menghibur dan juga memberikan mood booster kepada para pendengarnya. Perkembangan digital platform yang ada pada saat ini dapat terbilang sangat cepat. Kemunculan berbagai macam platform yang ada membuat seorang produser harus mampu memberikan ide atau terobosan yang terbaru agar tidak ketinggalan jaman. Maka dari itu seorang produser harus mampu berfikir untuk bertransformasi, contohnya seperti dari yang dulu belom menggunakan sosial media atau media digital untuk melakukan promosi dan juga membuat konten hanya di

radio, maka sekarang sosial media telah digunakan sebagai salah satu alat untuk berpromosi.

Indika Fm itu sendiri telah menggunakan semua media digital untuk mendukung semua programnya. Perkembangan digital platform yang ada justru dianggap bukan saingan dan malah dianggap sangat membantu. Di era kemajuan teknologi digital yang ada pada saat ini, selain berkembangnya sosial media yang ada berbagai platform untuk mendengarkan musik juga ikut turut berkembang namun tidak menjadi sebuah hambatan bagi stasiun radio. Yang dulunya mendengarkan musik hanya dapat melalui radio atau melalui sebuah kaset cd yang ada, kini mendengarkan musik bisa hanya melalui sebuah aplikasi yang dapat kita unduh di Handphone kita masing masing. Tetapi menurut Produser Indika Pagi radio masih memiliki tempat khusus di hati para pendengarnya. Maka dari itu seorang produser dituntut untuk terus selalu berkembang agar pendengar tidak meninggalkan radio. Menurut Produser Indika Pagi platform untuk mendengarkan musik yang ada pada saat ini mudah membuat orang bosan karena tidak ada yang mengajak pendengarnya berinteraksi tidak seperti pada saat mendengarkan radio.

Pada saat kita mendengarkan radio para pendengarnya seperti diajak ngobrol atau berinteraksi oleh penyiarnya, hal inilah yang bisa dapat menghilangkan kebosanan bagi para pendengar. Karena radio sendiri bertujuan untuk menemani para pendengar setianya pada saat melakukan kegiatan sehari hari mulai dari berangkat kerja, pada saat dikantor, pulang kerja dan juga berbagai kegiatan lainnya. Interaksi yang dilakukan selain untuk mengurangi kebosanan juga untuk menghilangi rasa mengantuk karena ditemani penyiar yang dapat menemani para pendengarnya seperti mengajak ngobrol dan juga membangun mood para pendengarnya. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “Gini kalo untuk misalkan kayak platform musik lainnya ya, sebenarnya gak tau ya mungkin ada beberapa orang yang bosan kalo dengerin itu karena gak ada yang ngajak ngobrol, biar pendengar gak mengantuk. Jujur kalo platform musik lainnya kan kayaknya bosan, ada beberapa orang yang mungkin suka ada juga yang enggak da nada yang ditengah-tengah.”

Selain itu teman Indika biasanya *request* lagu yang diinginkan melalui whatsapp yang telah disediakan. Biasanya setelah lagu yang di request telah diputarkan pendengar tersebut dapat terhibur. Berikut penjelasan dari *key informan* Produser Indika Pagi “biasanya temen Indika tuh lebih seneng nge request sih, request telfon, request diputerin, telfon, whatsapp dibacain tuh mereka udah seneng.” Selain itu penyiar biasanya menelepon secara random para pendengarnya, dengan cara seperti inilah Indika Pagi membangun mood dan menghilangkan kebosanan bagi para pendengarnya.

V. KESIMPULAN

Peran seorang Produser dalam mempertahankan minat para pendengar sangat dibutuhkan. Karena Produserlah

yang termasuk menjadi salah satu motor penggerak atau kunci penting dibalik kesuksesan yang terjadi pada sebuah program. Produser juga harus dituntut untuk memiliki ide atau gagasan yang baik. Karena berawal dari ide atau gagasan yang terbaik dapat mempertahankan minat para pendengar. Peran Produser pada pra produksi, produksi, dan pasca produksi sangat dibutuhkan. Di era modern sekarang ini kemajuan teknologi sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Contohnya seperti kemajuan di berbagai *platform* untuk mendengarkan musik.

Maka dari itu Produser dituntut harus lebih kreatif dan juga harus mampu berfikir untuk bertransformasi, agar nantinya dapat bersaing dengan platform musik yang ada. Kemajuan teknologi yang ada tidak menjadi hambatan untuk Indika FM. Yang dulunya mendengarkan radio hanya dapat menggunakan radio, sekarang bisa diakses dimanapun dan kapanpun melalui *smartphone* yang ada. Platform yang ada untuk mendengarkan musik pada saat ini mudah membuat para pendengarnya bosan. Maka dari itu disinilah tugas produser sebuah program radio untuk menarik pendengarnya agar tidak bosan.

Karena tujuan radio itu sendiri untuk menemani para pendengarnya menjalani kegiatan sehari-hari. Karena dengan mendengarkan radio pendengar seperti diajak ngobrol atau berinteraksi dengan penyiarinya. Maka dari itu radio masih memiliki tempat khusus di hati para pendengarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, E., & Lukiat, K. (2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Ardianto, K., & Siti, K. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Iskandar. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- [4] Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT.Kencana Perdana.
- [5] M.Romli, & Syamsul, A. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- [6] McLeish, R. (2005). *Radio Production*. Oxford: Focal Press.
- [7] Morissan. (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakasa.
- [8] Morissan. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [9] Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola radio&televisi)*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- [10] Ningrum, F. (2007). *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, & Reporter*. Jakarta: Penebar Plus.
- [11] Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif dalam penelitian psikologi*. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.
- [12] Rachmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [13] Romli. (2009). *Dasar-dasar siaran radio*. Bandung: Nuansa.
- [14] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- [15] Tambaruka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- [16] Triartanto, & A. Ius Yudo. (2010). *Broadcasting Radio*:

Panduan Radio dan Praktek. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

- [17] Wibowo, F. (2012). *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasias Book Publisher.