

**PROSES PRODUKSI KONTEN PROGRAM SIARAN TALKSHOW
RUMAH UMKM MERCURY FM SURABAYA**

Abyudaya Nechallino Faisal

Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
abyudayanechallino13@gmail.com

Herlina Kusumaningrum

Ilmu Komunikasi,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
herlinakusumaningrum@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

Audience satisfaction in consuming what is created by the media is the main achievement. The content production process for Mercury FM's home talk show highlight includes pre-production, production and post-production processes. The Mercury Media Group Production Team is tasked with gathering technical needs for both visual and audio. The production team is required to make content as interesting as possible in order to reach a wider audience through digital media. One of the private radio stations in the city of Surabaya, Mercury FM, has broadcast songs that promote the MSME community to market their products to a wider market through the broadcast program "Home UMKM Talkshow". From the results of this research, the Content Production Process for the Mercury FM Home UMKM Talkshow Broadcast Program has stages that are in accordance with the SOP regarding the Highlight Home UMKM content production process, which consists of pre-production: preparation of equipment such as cameras, arrangement of MSME products, production meetings, technical meetings Barto and Friends team, Mercury FM, Mercury Media Group Production Team. Production: carrying out the execution that has been designed in the pre-production phase to be realized in real life to be presented to the audience. and post-production: is the final stage after going through production, including publishing activities on a video and making it ready to be broadcast or played.

Keywords: *Radio, Production Department, Mercury FM, Production Process*

ABSTRAK

Kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi apa yang dibuat oleh media menjadi pencapaian utama. pada proses produksi konten highlight talkshow rumah UMKM Mercury FM ini mencakup daripada proses pra-produksi, produksi, dan post-produksi. Tim Produksi Mercury Media Group bertugas meramu kebutuhan teknis baik visual maupun audio. Tim produksi dituntut membuat konten semarik mungkin guna menjangkau khalayak lebih luas melalui media digital. Salah satu stasiun radio swasta kota surabaya Mercury FM memiliki tembang siaran yang mengusung komunitas UMKM untuk memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas melalui program siaran "Talkshow Rumah

UMKM”. Dari hasil penelitian ini bahwa Proses Produksi Konten Program Siaran Talkshow Rumah UMKM Mercury FM memiliki tahapan yang telah sesuai dengan SOP mengenai proses produksi konten Highlight Rumah UMKM yakni terdiri dari pra-produksi: persiapan peralatan seperti kamera, penataan produk UMKM, production meeting, technical meeting tim Barto and Friends, Mercury FM, Tim Produksi Mercury Media Group. Produksi: melakukan eksekusi yang telah dirancang pada fase pra-produksi untuk direalisasikan secara nyata untuk disajikan kepada khalayak. dan post-produksi: adalah tahap final setelah melewati produksi, meliputi kegiatan publishing pada sebuah video dan siap disiarkan atau diputar.

Kata kunci: *Radio, Departemen Produksi, Mercury FM, Proses Produksi*

A. PENDAHULUAN

Proses produksi konten adalah alur kerja yang sistematis dan terstruktur yang digunakan untuk menghasilkan, mengelola, dan mendistribusikan konten. Proses ini melibatkan beberapa langkah yang terkait erat satu sama lain dan membutuhkan koordinasi antara beberapa pihak untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan berkualitas tinggi dan memenuhi tujuan yang mutlak (Aulia, 2022). Karenanya produksi siaran adalah “perutnya” radio, maka keterampilan memproduksi acara siaran dituntut menguasai bagaimana membuat sebuah sajian radio yang menarik untuk didengar, dengan memadukan wawasan, kreatifitas sesuai tujuan program acara, dikutip dari wawancara bersama aldo Tim Produksi Mercury Media Group.

Radio memiliki beberapa jenis diantaranya seperti radio FM, AM, Radio Internet, Radio Satelit, dan Radio HD, namun yang kebanyakan orang ketahui dan digunakan adalah radio FM dan AM. Radio memang tidak dapat memunculkan gambar seperti layaknya televisi, namun radio tetap memiliki informasi yang disampaikan dan hiburan kepada masyarakat luas (Fachir, 2016).

Salah satu stasiun swasta surabaya yang memiliki frekuensi 96 Mercury FM. Mercury FM merupakan anak perusahaan milik Mercury Media Group, yang dimana Mercury Media Group memiliki stasiun radio 9 station radio. salah satunya adalah radio Mercury 96 FM Surabaya. Mercury Media Group perusahaan menaungi 9 stasiun radio yang tersebar di 5 kota strategis di Jawa Timur. Mercury Media Group memiliki sub station yang berada di 5 kota di Jawa Timur diantaranya Surabaya: Mercury 96 FM “*Informatif & Inspiratif*”, DJ 94.8 FM “*The Ultimate Youngsters Radio anak muda*”, Global 90.90 FM “*Female and Family Radio*”, Kota 88.1 FM “*Dangdutnya Surabaya*”. Bojonegoro: Bass 96.6 FM “*Radione Bojonegoro*”, Kota 89.1 FM “*Dangdute Bojonegoro*”. Madiun: Moderato 107.2 FM “*Radio Masa Kini*”. Malang: Mas 104.5 FM “*Radio Keluarga Anda Female & Family*”. Jombang: GITA 97.4 FM “*Radione Wong Jombang*”. Dari sederet station yang dikelola oleh Mercury Media Group radio tersebut masih eksis dalam mengelola program siaran dan masih berupaya menyediakan layanan beriklan dengan berbagai macam produk on-air di radio, seperti Spot, Adlibs, Insert, Quiz, Live Report dan Talkshow, dilansir dari data Company Profile Mercury Media Group.

Dari data Mercury Media Group Mercury 96 FM Surabaya memiliki Highlights Program Lintas Kota Pagi - Senin-Jumat | 06.00 – 10.00: News, Tips, Interaktif Pendengar, Info lalu lintas, Interview dan Talk Show Musik. Dengan Content Program: Rumah Literasi Financial, Solusi Bisnis & SDM, News Update. Lintas Kota Siang - Senin-Jumat | 10.00 – 14.00: News, Tips, Interaktif Pendengar, Info lalu lintas, Interview dan Talk Show Musik. Dengan Content Program: Rumah Sehat (Talkshow kesehatan bekerjasama dengan IDI Kota Surabaya), dilansir dari data Company Profile Mercury Media Group. Miliki tagline “Informatif & Inspiratif”, Mercury FM selalu menyuguhkan informasi aktual dan terpercaya.

“tak hanya informasi, Mercury juga menyajikan program-programnya dengan ciamik sehingga bisa membuat pendengarnya merasakan benefit dan inspirasi. seperti halnya dalam program “Talkshow Rumah UMKM Mercury FM” program ini sangat memberikan dampak positif pada kelompok-kelompok di dalamnya dan menghasilkan hubungan simbiosis mutualisme, yang artinya sesama kelompok saling menguntungkan, kelompok ini meliputi Barto and Friends, Mercury 96 FM, dan member UMKM Barto and Friends”. (Aldy Susantoprogram director Mercury FM, 13 Juni 2024).

Salah satunya program talkshow Rumah UMKM Mercury 96 FM berkolaborasi dengan Barto N Friends berkomitmen untuk mewadahi para pelaku UMKM Lokal untuk dikenal dan dipasarkan pada khalayak luas terutama pada pendengar radio Mercury FM baik surabaya maupun luar surabaya. Program Talkshow Rumah UMKM diadakan rutin setiap hari rabu pukul 15.00-16.00 WIB, dengan host Aldy Susanto selaku Program Director Radio Mercury 96 FM dan Fredy Yunarto selaku perwakilan Barto N Friends. menurutnya program Rumah UMKM telah menjamu ratusan para penggiat UMKM untuk berkunjung pada talkshow On-air “Rumah UMKM Mercury FM”.

Pada tahun 2021 Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi mengkonfirmasi jumlah UMKM di Surabaya mencapai 60 ribu lebih atau lebih tepatnya 60.007 UMKM. Eri Cahyadi berkeinginan akan mendongkrak para pelaku UMKM untuk terus bergerak dan berkembang . namun persoalan itu tidak mudah bagi pelaku UMKM Surabaya untuk bisa menjalankan mandat sebagai entrepreneurship, persoalan Pemasaran menjadi yang lumayan dikeluhkan para pelaku UMKM. Rentan usia UMKM yang didominasi para generasi X menjadi penyebab tak *melek* pada konsep media digital guna pemasaran produknya. tak hanya itu, sistem manajerial dalam usaha juga masih bagian persoalan oleh para pelaku UMKM yang dimana didominasi para Ibu-Ibu. oleh karena itu, Barto and Friends dan Mercury 96 FM melihat permasalahan yang sama, menyatukan visi misi untuk menjadikan para pelaku UMKM naik kelas. Barto and Friends yang berfokus pada sistem manajerial keuangan dan selektif kualitas produknya, sedangkan Mercury 96 FM yang berfokus pada Pemasaran baik pemasaran Online, Offline, dan On Air. yang membuat kolaborasi bertajuk “Rumah UMKM”.

Konsep daripada proses produksi program siaran talkshow “Rumah UMKM” Mercury 96 FM, meliputi yang pertama, Perencanaan mencari UMKM dari Barto and Friends yang akan menjadi narasumber setiap hari rabu pukul 15.00 WIB. setelah menemukan narasumber yang tepat akan di *scheduling* kalender

setiap hari rabu tak luput peran dari Barto and Friends dan juga Mercury dalam pengambilan keputusan narasumber. setelah itu, Barto and Friends, Mercury FM dan pelaku UMKM mencari topik menarik untuk diulas dalam program “Talkshow Rumah UMKM” Mercury 96 FM. setelah itu peran departemen produksi menjadi pengekseskusion produksi video highlight narasumber yang nanti luarannya berupa konten reals di laman instagram @radiomercury96 yang bertujuan untuk promosi baik narasumber dan Barto and Friends.

B. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang hasil akhirnya berupa kata-kata tertulis atau lisan, hasil dari metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk lebih luas mendeskripsikan dan menggambarkan mengenai penelitian pada kelompok tertentu. Sehingga tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif, yaitu penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang sedang dipaparkan seperti apa adanya pada saat penelitian. (Soehartono, 2008:35).

Secara umum penelitian ini bermaksud untuk melihat secara keseluruhan proses produksi konten program siaran talkshow rumah UMKM Mercury FM Surabaya. Dengan demikian, Teknik pengumpulan data ini memakai teknik observasi partisipasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif yakni, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari melakukan pekerjaan magang selayaknya karyawan. lalu wawancara dilakukan dengan media specialist dari departemen produksi yakni Marcellinus Aldo dan Program Director Mercury 96 FM. Serta pada dokumentasi yang dilakukan peneliti sebagai sumber data. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juni 2024.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah UMKM merupakan salah satu wadah pelatihan, pembinaan, dan pemasaran member UMKM Barto and Friends dengan Radio Mercury FM. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Rumah UMKM antara lain, pelatihan, pembinaan, dan pemasaran UMKM secara gratis dengan menghadirkan para praktisi dan mentor yang berkecimpung di dunia UMKM, membantu UMKM untuk mempromosikan produknya secara gratis di Radio Mercury 96, dan kegiatan ini juga memfasilitasi untuk UMKM dapat display produk, kurasi produk untuk naik level.

Barto and Friends merupakan kelompok sosial yang bergerak dalam lingkup kuliner. Barto and Friends diinisiasi oleh lima orang diantaranya Barto Dahana yang berprofesi chef dan konsultan kuliner, Kemudian ada Ryant Dlembo yang punya segudang pengalaman soal bisnis dan ahli strategi usaha sekaligus manjerial. lalu Dirganto seorang pakar wirausaha plus ahli teknologi pangan, Fredy Yunarto yang sudah melanglang buana di dunia icip-icip, dan Terakhir Dhahana Adi yang selalu berkutat dengan media dan komunikasi. Berangkat dari sekumpulan orang yang doyan kulineran (Tim Barto and Friends). Namun, bukan sekadar icip-icip, Barto and Friends juga turun tangan mengoreksi seluk-beluk usaha food and beverages dan pengrajin seni Terutama UMKM, guna membantu usaha kecil itu naik kelas. Bahwa hasil daripada output kolaborasi ini berupa

pemasaran Online, pemasaran Offline, dan pemasaran On Air.

Pemasaran Online

Pemasaran Online yang dimaksud adalah pemasaran yang dilakukan melalui internet atau media digital, Dalam konteks ini adalah platform sosial media instagram @radiomercury96. pada highlight video reels @radiomercury96 ini merangkum percakapan narasumber yang memuat informatif dan inspiratif untuk dibagikan bagi pelaku UMKM lainnya, dengan harapan khalayak bisa mencerna isi pesan narasumber dan juga memotivasi pelaku UMKM lainnya.



Gambar 1. Reals Highlight Karfitana (Owner @kedai.kinanti) di talkshow Rumah
UMKM Mercury FM
(Sumber: @radiomercury96)

Pemasaran Offline

Pemasaran Offline yang dimaksud adalah dimana entrepreneur menawarkan/menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen perorangan maupun bisnis (Rhoda dan Abram, 2008). pemasaran offline ini biasa dilakukan melalui event yang diselenggarakan Kru 96 Mercury: Exhibition atau Expo Rumah UMKM bersama Barto and Friends.



Gambar 2. Member Rumah UMKM di event Cooking Demo Fiber Crime
(Sumber: abyudaya)

Pemasaran On Air

Pemasaran On air adalah pemasaran yang dilakukan dengan on streaming melalui media radio sehingga bisa memasarkan suatu produk dari narasumber talkshow “Rumah UMKM” Mercury FM. Program ini rutin dilakukan Radio Mercury setiap hari Rabu pukul 15.00 WIB bertajuk talkshow “Rumah UMKM”



Gambar 3. Andi Fian Octavia menjadi Narasumber program talkshow Rumah UMKM Mercury FM
(Sumber: Abyudaya)

Berdasarkan hasil observasi penulis, Barto and Friend dan juga Radio Mercury 96 FM telah membantu ratusan para pelaku UMKM untuk naik kelas, dengan cara membuat kelas atau biasa disebut pelatihan untuk para pelaku UMKM guna memberikan pengetahuan seputar food and beverages dan pengrajin seni baik secara teknis kualitas pangan hingga sistem manajerial usaha para pelaku UMKM. hasil kolaborasi ini dapat memberikan dampak yang besar bagi para pelaku UMKM Lokal, adapun peran setiap kelompok tersebut diantaranya Barto and Friends yang berfokus pada pengajaran kelas para pelaku UMKM dan Radio Mercury 96 FM berfokus pada pemasaran para pelaku UMKM untuk dikenal khalayak luas melalui siaran On-air maupun Off-air radio Mercury 96 FM. adapun hasil luaran kedua kelompok tersebut ialah event Graduation setiap member kelas Barto and Friends sebagai ajang kelulusan naik kelas para pelaku UMKM. ajang kelulusan member Rumah UMKM yang bertajuk Graduation & HalalBihalal Batch 9 & 10 dilaksanakan pada hari Sabtu, 20 April 2024 yang digelar di Atrium Marvel City Surabaya, Mercury 96 FM dan Barto and Friend telah sukses meluluskan 100+ para pelaku UMKM yang terbagi menjadi 2 kelas: Batch 9 dan Batch 10.



Gambar 4. Member kelas Barto and Friends Batch 10 Foto Bersama pasca kelulusan

(Sumber: Tim Produksi Mercury Media Group)



Gambar 5. Penyerahan Setifikat kelulusan Member kelas Barto and Friends Batch 9 & 10

(sumber: Feed Instagram @radiomercury96)

Tahapan Produksi Konten Rumah UMKM

Pada tahapan ini penyampaian informasi melalui konten harus jelas tersampaikan dan memenuhi kebutuhan pemasaran produk narasumber sehingga dapat memberikan benefit pada member UMKM yang terlibat. Oleh karena itu, pemasaran media sosial perlu diiringi dengan strategi pembuatan konten yang tepat agar proses komunikasi memberikan hasil yang diinginkan. Melalui konten yang menyuguhkan visual dan audiovisual, berikut tahapan Produksi Konten Highlight Rumah UMKM:

Pra produksi

Pra produksi merupakan tahapan awal sebelum melakukan proses produksi suatu acara radio. Proses praproduksi memiliki proses yang ribet dibandingkan proses produksinya yang dimana kita harus memikirkan tahapan dan persiapan sebelum eksekusi konten pada talkshow Rumah UMKM Mercury FM, Diantaranya yakni kita harus memikirkan tahapan antara lain:

1. Ketahui narasumber yang akan diundang dalam Talkshow Rumah UMKMMercury FM untuk mengetahui eksekusi produksinya.
2. Melakukan brief baik narasumber maupun tim Produksi MMG untuk melakukan pendisplayan produk UMKM narasumber.
3. Membuat shortlist footage yang mau diambil ketika eksekusi produksi
4. Mempersiapkan kebutuhan alat properti seperti kamera, lighting dan lain sejenisnya pada pembuatan konten highlight talkshow Rumah UMKM Mercury.

Produksi

produksi merupakan tahapan setelah melakukan pra produksi yang dimana proses ini mengcomproser sebuah video untuk dijadikan konten pada platform media sosial station radio. proses ini bisa dikatakan sebagai pengeksesian editing pada program siaran talkshow Rumah UMKM Mercury FM.

Tahapan ini meliputi:

1. Mengambil bahan-bahan footage dan bukti siaran talkshow Rumah UMKM yang akan digunakan editing pada drive “Bank Materi Konten Station 2024”
2. Memilih footage yang cocok untuk digunakan konten highlight percakapan story telling pada narasumber talkshow Rumah UMKM.
3. Menjadikan satu timeline bahan footage dan bukti siar di dalam software Capcut PC, dalam hal ini bukti siar sebagai dubbing narasumber sehingga suara yang dihasilkan lebih jernih.
4. Setelah proses cut to cut frame dan mencocokkan dubbing bukti siar, selanjutnya pembuatan subtitle.
5. Selanjutnya mengexport hasil project tersebut dengan format MP4
6. Kemudian diexport dari Capcut PC, format MP4 didraft pada Software “Adobe Premiere Pro 2023” untuk dilakukan pembuatan lower third nama narasumber dan founder.
7. Setelah itu export hasil project kedalam format MP4.
8. Draft hasil export pada drive “Bank Materi Konten Station 2024”

Post Produksi

Post produksi merupakan tahapan akhir publishing pada video konten highlight talkshow Rumah UMKM Mercury FM. yang dimana proses ini mengawinkan mata kuliah ilmu komunikasi semester 6 yakni creative writing. Post Produksi merujuk pada pembuatan caption untuk keterangan tertulis pada sosial media instagram program Rumah UMKMMercury FM.

D. PENUTUP

Mercury FM berkolaborasi Barto and Friends untuk membuat wadah para pelaku UMKM menjajakan promosi usahanya baik di radio dan media digital. hasil daripada kolaborasi ini berupa pemasaran Online, pemasaran Offline, dan pemasaran On Air. Departemen produksi yang bertugas untuk menunjang visual dan meramu konten-konten yang digunakan platform digital, seperti pada media sosial @radiomercury96 yang bertujuan untuk mendongkrak promosi UMKM yang digeluti setiap narasumber “Talkshow Rumah UMKM” Mercury 96 FM. pada tahapan proses produksi konten program siaran talkshow Rumah UMKM MercuryFM yakni meliputi, Pra Produksi, Produksi, dan Post Produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *EJournal IlmuKomunikasi*, 4(3), 98-111.
- Efendi, E., Harahap, R. A. G., & Hutagalung, A. (2023). Kinerja Pra Produksi, Proses Produksi, dan Pasca Produksi pada Siaran Radio Berbasis Dakwah Islami. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 910-925.
- Anggoro, N. Z. T., Sudaryanto, E., & Ekopotro, W. (2023, July). STRATEGI

- PENYIARAN RADIO DJ FM DALAM MENINGKATKAN PENDENGAR. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)* (Vol. 1, No. 2, Juli, pp. 851-856).
- Setyadewi, A. M. (2021). Proses produksi berita pada program JKPOP radio DJ FM 94.8 Surabaya.
- Fajar Wisnu Wicaksono, P. (2013). *STUDI DESKRIPTIF SISTEM MANAJEMEN PRODUKSI FILM PADA PRODUCTION HOUSE X-CODE FILMS* (Doctoral dissertation, UPN"VETERAN"YOGYAKARTA).
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Kusuma, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Media Radio Melalui Program On-Air. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 20-26.
- Gunawan, A., & Rochim, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fortuna FM Sukabumi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 199-202
- Rahayu, A. (2015). *Strategi komunikasi pemasaran kota solo sebagai destinasi mice (Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition)* (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- Helmi, D. A., Pritasari, O., Wilujeng, B., & Kusstianti, N. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Pameran Exhibition" Traditional Wedding Royal PLaza Surabaya" Diera Pandemi Covid 19. *Jurnal Tata Rias*, 10(2), 13-21.
- Martha, Z. (2021). Penggunaan fitur media sosial instagram stories sebagai media komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26-32.