

**LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**MEKANISME PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI**  
**LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA**  
**(RRI) PRO 2 MEDAN**



**Disusun Oleh:**

**ABDUL GANI SIREGAR**

**(178530020)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2020**

**LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**MEKANISME PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI**  
**LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA**  
**(RRI) PRO 2 MEDAN**



**Disusun Oleh:**  
**ABDUL GANI SIREGAR**  
**(178530020)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada tanggal 13 Juli 2020 sampai tanggal 12 Agustus 2020.

Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL,



**Abdul Gani Siregar**

Dosen Pemb. Lapangan,



**Dra. Effiati J. Hasibuan M.Si**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



**Ilma Saakinah Tamsil, M.Com**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini dengan tujuan untuk dapat melengkapi tugas laporan KKL.

Laporan KKL ini menjelaskan berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh saya dalam kurun waktu satu bulan. Laporan ini membahas mengenai Mekanisme Produksi Iklan Layanan Masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik RRI Pro 2 Medan.

Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada orang tua, pihak universitas dan para pembimbing/rekan-rekan yang mendukung selama proses KKL di RRI Pro 2 Medan, telah membantu saya dalam menimba ilmu baru di bidang Penyiaran yang tidak saya terima dalam bangku perkuliahan. Terima kasih juga kepada pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena sudah membantu saya dalam mencari materi dan sumber informasi sebagai bahan dalam penyusunan laporan ini.

Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam laporan ini, semoga laporan yang saya buat dapat bermanfaat. Demikian yang dapat penulis sampaikan, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 14 Agustus 2020



**Abdul Gani Siregar**

**178530020**

## Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
Daftar Isi.....	iii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Bidang Yang Diminati.....	1
1.3. Target Pelaksanaan KKL.....	2
1.4. Alasan Memilih Lokasi KKL .....	2
BAB II LOKASI KEGIATAN.....	3
2.1. Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan .....	3
2.2. Lokasi Kuliah Kerja Lapangan.....	3
2.3. Gambaran Umum Radio Republik Indonesia.....	3
2.4. Visi dan Misi Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan .....	4
2.5. Struktur Organisasi Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan.....	6
BAB III PELAKSANAAN PROGRAM .....	7
3.1. Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	7
3.2. Tugas-Tugas Selama Kuliah Kerja Lapangan .....	7
3.3. Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	9
3.3.1. Identifikasi Tugas Yang Relevan .....	9
3.3.2. Identifikasi Keterampilan Baru yang Diperoleh .....	9
3.4. Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan .....	10
BAB IV PEMBAHASAN.....	11
4.1. Analisis Terhadap Aktivitas Kuliah Kerja Lapangan.....	11
4.2. Pengertian Media Massa.....	11
4.3. Iklan Layanan Masyarakat Radio.....	12
4.4. Fungsi Media Massa.....	13

4.5.	Jenis Media Massa.....	14
4.6.	Tujuan Media Massa.....	15
4.7.	Mekanisme Produksi Iklan Layanan Masyarakat LPP RRI Pro 2 Medan.....	18
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		19
5.1.	Kesimpulan.....	19
5.2.	Saran.....	19
DAFTAR PUSTAKA.....		20
LAMPIRAN.....		21

### 1.3. Target Pelaksanaan KKL

Adapun target yang ingin dicapai selama pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan antara lain:

- a. Mendapatkan ilmu baru tentang penyiaran yang tidak dapat diperoleh di bangku kuliah
- b. Bagaimana proses pra-produksi sampai proses produksi berlangsung
- c. Cara menulis naskah radio yang benar
- d. Belajar menjadi audio editor

### 1.4. Alasan Memilih Lokasi KKL

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah salah satu lembaga penyiaran publik yang sudah berdiri pada 11 September 1945 hingga saat ini. Tentu dengan eksistensi yang tidak kalah saing dengan lembaga penyiaran swasta (radio swasta) menjadi daya tarik penulis untuk bergabung merasakan proses kerja di dalamnya.

Radio Republik Indonesia (RRI) memiliki saluran terbanyak di Indonesia, sehingga memungkinkan pendengar mendapatkan informasi yang jauh lebih massif dan beragam. Melihat bagaimana semangat juang RRI hingga saat ini membuat penulis semakin penasaran bagaimana etos kerja para pegawai di dalamnya.

Terutama Radio Republik Indonesia yang berada di Kota Medan memiliki kerja sama yang baik dengan Universitas Medan Area sehingga menjadi batu loncatan untuk Penulis agar bisa diterima menjadi mahasiswa KKL di sana.

Sebagai lembaga penyiaran terbesar penulis berharap dapat menimba ilmu sehingga nantinya pengalaman yang didapatkan selama masa KKL bisa berguna untuk penulis di masa yang akan mendatang.

## BAB II LOKASI KEGIATAN

### 2.1. Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan penulis berjalan selama satu bulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai 12 Agustus 2020.

### 2.2. Lokasi Kuliah Kerja Lapangan

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan pada salah satu lembaga penyiaran publik Radio Republik Indonesia Medan.

Alamat Kantor : Jalan Jendral Gatot Subroto, Sei Sikambing C.II, Kec,  
Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123

Website : <https://rri.co.id/medan/daerah>

### 2.3. Gambaran Umum Radio Republik Indonesia

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah stasiun radio milik negara Indonesia. RRI didirikan pada tanggal 11 September 1945 dan diperingati sebagai Hari Radio Indonesia. RRI dan TVRI (Televisi Republik Indonesia) berstatus sebagai lembaga penyiaran publik.

Slogan RRI adalah "*Sekali di Udara, Tetap di Udara*".

Sebelum menjadi Lembaga Penyiaran Publik selama hampir 5 tahun sejak tahun 2000, RRI berstatus sebagai Perusahaan Jawatan (Perjan) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tidak mencari untung. Dalam status Perusahaan Jawatan, RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio publik yang independen. Perusahaan Jawatan dapat dikatakan sebagai status transisi dari Lembaga Penyiaran Pemerintah menuju Lembaga Penyiaran Publik pada masa reformasi.

Likuidasi Departemen Penerangan oleh Pemerintah Presiden Abdurrahman Wahid dijadikan momentum dari sebuah proses perubahan *Government Owned Radio* ke arah *Public Service Broadcasting* dengan didasari Peraturan Pemerintah Nomor 37 tahun 2000 yang ditandatangani Presiden RI tanggal 7 Juni 2000.

Kedudukan Status Radio Republik Indonesia yang semula sebagai Perusahaan Jawatan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2000 secara dinamis

dengan proses yang cukup panjang berganti status sejak tahun 2005 berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 11 Tahun 2005 sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Dewasa ini RRI mempunyai 60 stasiun penyiaran dan stasiun penyiaran khusus yang ditujukan ke Luar Negeri, "Suara Indonesia". Untuk Radio Republik Indonesia daerah Kota Medan memiliki empat saluran atau program, yaitu:

- a. Programa Daerah (PRO 1) sebagai siaran *Pusat Pemberdayaan Masyarakat (Kanal Inspirasi)* yang melayani segmen masyarakat yang berada di pedesaan, perkotaan, pegunungan dan perindustrian.
- b. Programa Kota (PRO 2) sebagai siaran *Pusat Kreativitas Anak Muda (Suara Kreativitas)* yang melayani masyarakat muda di perkotaan, bahkan di kabupaten.
- c. Programa III (PRO 3) merupakan siaran dari Jakarta sebagai siaran *Jaringan Berita Nasional (Suara Identitas Keindonesiaan)* yang menyajikan berita dan informasi (*News Channel*) selama 24 jam yang dipancarluaskan oleh setiap Stasiun RRI daerah kepada masyarakat luas di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- d. PRO 4 siaran *Pusat Kebudayaan Nasional* yang menyajikan aneka kebudayaan dari Negara Kesatuan Republik Indonesia secara *shortwave* dan *mediumwave*.

RRI juga mengudara secara streaming melalui aplikasi RRI Play Go.

#### 2.4. Visi dan Misi Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan

##### Visi LPP RRI Medan:

Menjadikan Radio Republik Indonesia sebagai radio berjangkauan terluas, pembangun karakter bangsa, berkelas dunia.

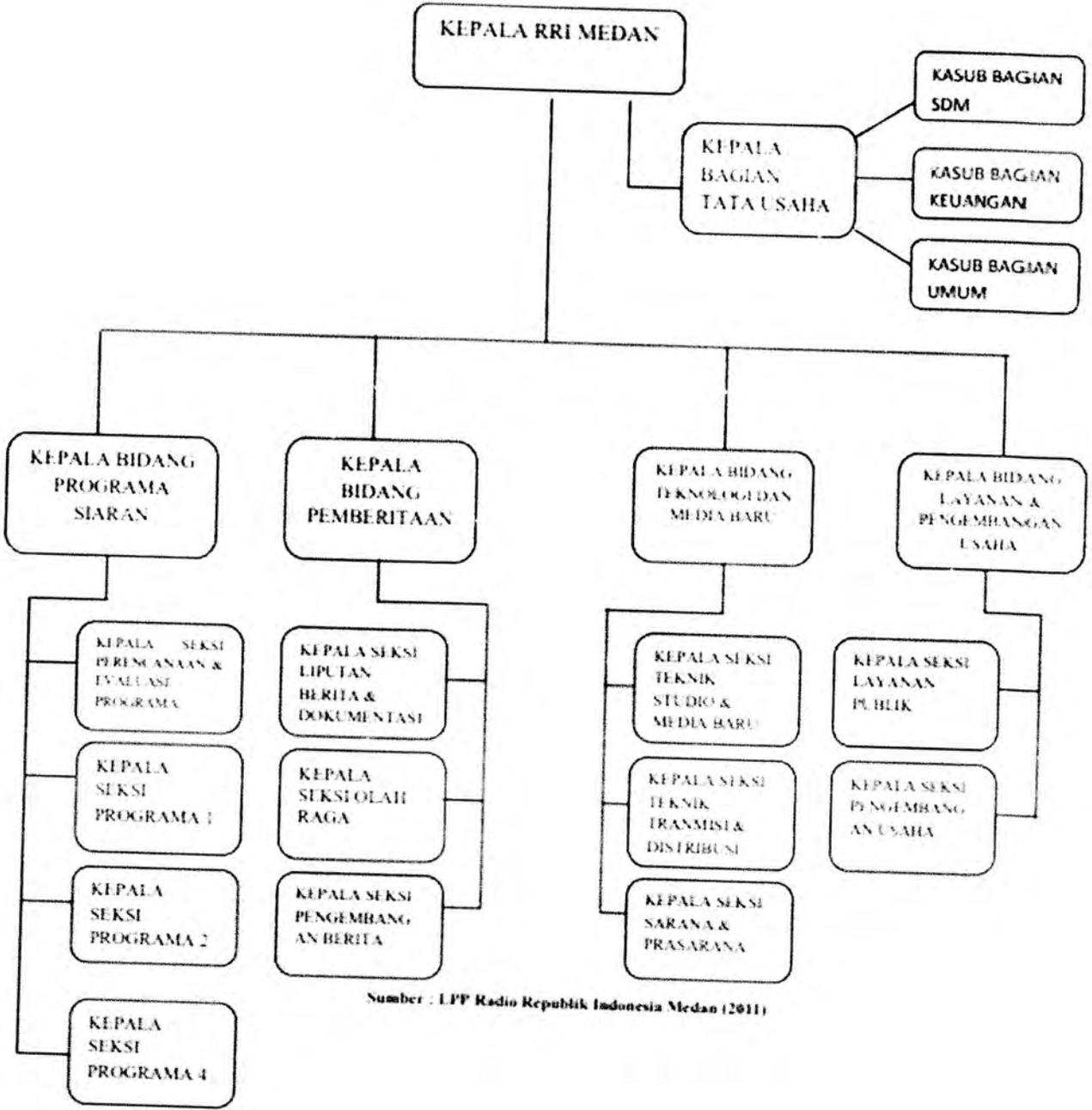
##### Misi LPP RRI Medan:

- a. Memberikan pelayanan informasi terpercaya yang dapat menjadi acuan dan sarana kontrol sosial masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran.
- b. Mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong kreatifitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa.
- c. Menyelenggarakan siaran yang bertujuan menggali, melestarikan dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat bagi

- keluarga, membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.
- d. Menyelenggarakan program siaran berperspektif gender yang sesuai dengan budaya bangsa dan melayani kebutuhan kelompok minoritas.
  - e. Memperkuat program siaran di wilayah perbatasan untuk menjaga kedaulatan NKRI.
  - f. Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik negara dan citra positif bangsa.
  - g. Meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan siaran mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran.
  - h. Meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumberdaya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional maupun pemeliharaan perangkat teknik.
  - i. Mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan sistem manajemen sumber daya (SDM, keuangan, asset, informasi dan operasional) berbasis teknologi informasi dalam rangka mewujudkan tata kelola lembaga yang baik (*good corporate governance*)
  - j. Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik negara dan citra positif bangsa.
  - k. Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan asset negara secara profesional dan akuntabel serta menggali sumber-sumber penerimaan lain untuk mendukung operasional siaran dan meningkatkan kesejahteraan pegawai.

**Tugas pokok RRI:** memberikan pelayanan informasi, hiburan yang sehat perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh masyarakat.

### 2.5. Struktur Organisasi Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan



Sumber : LPP Radio Republik Indonesia Medan (2011)

3. Menerima file pendukung untuk flyer
  4. Mengirim berkas flyer yang sudah didesain
  5. Mengirim hasil Voxpop yang sudah melewati proses editing
- b. Desain Flyer
1. Mengajari ibu pembimbing di RRI menggunakan Photoshop
  2. Mendownload beberapa logo instansi yang terkait
  3. Melakukan desain flyer Ibu Pertiwi Memanggil – Belajar di RRI menggunakan aplikasi Photoshop
- c. Voxpop (Suara Rakyat)
1. Mencari dua narasumber untuk diwawancarai perihal “Tatanan Hidup Baru”
  2. Melakukan rekaman suara narasumber
  3. Olah hasil rekaman untuk mengurangi *noise*
  4. Menstabilkan dua suara narasumber agar satu *tone* yang sama
  5. Proses editing hasil rekaman dan audio instrument
  6. Final *editing* dengan menyisipkan efek *fade-in* dan *fade-out*
  7. Mengirim hasil editing kepada Ibu Pembimbing RRI melalui WhatsApp
- d. Naskah Iklan Layanan Masyarakat (ILM)
1. Melakukan *brain mapping*
  2. Mencari topik dan ide kreatif
  3. Proses menulis struktur ILM
  4. Hasil naskah ILM (Dukung Atlet Indonesia di Hari Kemerdekaan)
  5. Revisi naskah
  6. Mencari topik dan ide kreatif kembali
  7. Proses menulis struktur ILM yang baru
  8. Hasil naskah ILM (Upacara di Rumah Aja)
  9. Masuk ke dalam proses produksi
  10. Naskah diikutkan lomba oleh pihak LPP RRI Medan
- e. Naskah Filler Radio
1. Melakukan *brain mapping*
  2. Mencari topik dan ide kreatif
  3. Proses menulis *blurb* Filler Radio
  4. Hasil naskah Filler Radio (Sejarah Awal Upacara Bendera Indonesia)
  5. Revisi bagian audio

### **3.3. Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan**

#### **3.3.1. Identifikasi Tugas Yang Relevan**

Selama pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan penulis merasa bahwa tugas-tugas yang diberikan oleh pihak LPP RRI Medan sesuai dengan disiplin Ilmu Komunikasi yang telah dipelajari penulis selama di bangku perkuliahan.

Seperti saat diberikan tugas mengoperasionalkan desain flyer tidak ada kendala yang berarti karena tugas ini sudah dikuasai oleh penulis sejak SMK dan kembali diajarkan ketika di bangku perkuliahan. Selain itu menulis naskah ILM dan naskah Filler yang mencakup informasi dan isi pesan yang jelas, penulis tidak merasa kesulitan karena sudah terbiasa menulis naskah film pendek, naskah dokumenter, menulis cerpen sebagaimana yang sudah diajarkan di mata kuliah Audio Visual.

Teori teknik periklanan dan audio visual juga dapat diterapkan pada KKL selama di LPP RRI Medan karena beberapa tugas yang sudah penulis jabarkan di atas mengambil beberapa disiplin ilmu yang telah dipelajari. Pada teknik periklanan butuh keterampilan dalam mengolah naskah ILM yang menarik untuk para pendengar, jika di televisi butuh visual yang menarik kemudian didukung oleh audio yang jelas, namun di radio hanya mengandalkan audio sehingga naskah yang baik akan menunjang keberhasilan produksi Iklan Layanan Masyarakat di radio.

Penulis melakukan beberapa tugas editing yang dapat dikaitkan dengan ilmu teori atau praktikum audio visual, membuat sebuah Voxpop yang sempurna harus melalui editing audio yang dimana proses pengerjaannya sama ketika penulis mengedit sebuah film pendek. Hanya saja pada Voxpop kita fokus pada audio.

#### **3.3.2. Identifikasi Keterampilan Baru yang Diperoleh**

Selama melaksanakan KKL penulis juga mendapatkan beberapa ilmu dan keterampilan baru di dunia penyiaran yang di mana tidak diajarkan pada perkuliahan. Sangat beruntung ketika penulis akhirnya mengetahui proses bagaimana sebuah naskah ILM Radio

Penulis mendapatkan keterampilan dan pengetahuan baru tentang naskah kebutuhan radio, selama ini penulis hanya mampu menulis naskah cerita pendek,

skenario film, naskah dokumenter, novel dan puisi, namun dalam kesempatan ini penulis mempelajari hal baru.

Voxpop adalah hal asing bagi penulis karena baru mengetahui kata tersebut setelah berada di RRI, secara sederhana Voxpop adalah suara masyarakat yang berhubungan dengan opini publik, hanya saja untuk kebutuhan produksi, pihak radio meminta narasumber untuk memberikan opini dengan durasi singkat namun isi pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas. Penulis harus melewati transisi mencari narasumber, melakukan rekaman kemudian masuk pada proses audio editing. Intonasi suara setiap orang tentu berbeda, namun di sinilah yang menjadi tanggung jawab besar ketika penulis harus mensinkronkan dua suara narasumber dengan tempo intonasi yang sama.

Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan memberi kewenangan kepada mahasiswa KKL untuk mengetahui banyak hal di dunia penyiaran. Penulis bebas bertanya tentang hal apa pun yang bersangkutan dengan pekerjaan, hal ini membantu penulis selama berada di RRI, secara tidak sadar keterampilan *public speaking* penulis berguna dalam kondisi seperti ini.

#### 3.4. Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Pada umumnya pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena ada beberapa kendala yang cukup meresahkan selama pelaksanaan KKL berlangsung. Beberapa kali penulis harus melewati revisi karena ketidaktahuan penulis terhadap bentuk dan jenis Voxpop, sehingga merasa cukup kewalahan.

Selama melakukan Kuliah Kerja Lapangan di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (RRI) Medan, berikut beberapa hambatan yang terjadi yaitu:

- a. Jadwal shift kantor yang sangat terbatas, dalam 5 hari waktu bekerja penulis hanya mendapatkan slot untuk hadir ke kantor 1-2 kali
- b. Akibat beberapa pegawai RRI Surabaya terjangkit positif Corona membawa dampak mahasiswa KKL bekerja di rumah aja selama tiga minggu
- c. Datang ke kantor jika diperlukan saja sehingga tidak dapat menggunakan fasilitas yang tersedia seperti belajar menjadi penyiar radio
- d. Sulitnya melakukan komunikasi melalui daring dengan pihak Pembimbing

## BAB IV PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis Terhadap Aktivitas Kuliah Kerja Lapangan

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisa aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan selama KKL dengan teori dan pendapat tokoh yang diperoleh selama kuliah atau dari berbagai referensi.

### 4.2. Pengertian Media Massa

Media Massa bukanlah lagi menjadi hal yang asing dalam keseharian kita, dimana kita sering sekali bersinggungan, melihat dan mendengar pesan yang disampaikan oleh media massa. Media massa sendiri memiliki berbagai kajian yang telah ditelaah, diteliti dan didiskusikan oleh para ahli yang terus berkembang hingga saat ini.

Cangara (2002) menyatakan bahwa media massa merupakan suatu alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan menggunakan alat komunikasi mekanis dari sumber pesan ke penerima pesan atau khalayak umum. Alat mekanis komunikasi yang dimaksud oleh Cangara adalah berbagai media massa yang ada di masyarakat seperti surat kabar, televisi, radio, hingga film.

Untuk memperjelas pemahaman mengenai pengertian media massa, Cangara menjelaskan karakteristik media massa sebagai berikut:

- a. Komunikasi yang dilakukan oleh media massa bersifat satu arah, dimana media massa sebagai pengirim pesan pada khalayak/*audience* tanpa menerima umpan balik atau *feedback*. *Audience* sendiri memang memungkinkan untuk memberikan *feedback*, namun tidak bisa dilakukan langsung sehingga tidak terjadi komunikasi dua arah.
- b. Informasi yang disampaikan bersifat meluas dan serempak, dimana informasi dapat menjangkau banyak orang sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Hal ini membuat media massa mampu mengatasi hambatan jarak dan waktu dalam penyampaian informasi atau pesan komunikasi.
- c. Media massa merupakan sesuatu yang terikat dengan lembaga, dimana ada banyak orang yang mengelola dan menjalankan proses penyampaian informasi.
- d. Informasi yang disampaikan media massa bersifat cenderung terbuka, dimana informasi tersebut dapat diterima oleh siapa saja. Selama orang tersebut

mengakses media massa yang bersangkutan, maka tidak hambatan baginya untuk menerima informasi yang diberikan.

- e. Media massa menggunakan peralatan teknis dalam prosesnya dan cenderung bersifat mekanis, seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain sebagainya.

Media massa telah mempersembahkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) sebagai bentuk kepedulian terhadap kehidupan bermasyarakat. ILM telah berkembang pada media elektronik televisi dan media cetak, hingga dewasa ini ILM mulai masuk dan diproduksi oleh media berbasis audio. Media elektronik radio merupakan media paling populer bagi periklanan karena biayanya yang relative rendah dan cakupannya local. Radio juga bersifat luwes, artinya iklan yang diperdengarkan bisa disiarkan kapanpun dan dimanapun. Termasuk ILM yang diproduksi secara audio, memiliki karakteristik yang unik dalam menyampaikan pesan agar didengar dan mendapat perhatian dari pendengar.

#### **4.3. Iklan Layanan Masyarakat Radio**

Pujiyanto (2013:8) mendefinisikan Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial itu meliputi munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, yang mana kesemua keuntungan itu sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di radio merupakan salah satu bentuk komunikasi massa, dimana sebuah lembaga bertujuan untuk menyampaikan pesan atau isu sosial yang terjadi di masyarakat sambil menghimbau agar menghentikan perilaku sosial yang keliru.

Perubahan perilaku yang diharapkan dari iklan layanan masyarakat berupa menerima perilaku baru, menolak perilaku yang tidak diinginkan, memodifikasi kebiasaan untuk menjadi perilaku yang lebih baik dan meninggalkan perilaku lama yang buruk. Widiyatama menyampaikan harapan dari iklan layanan masyarakat, yaitu masyarakat akan terbangun dan digiring pada keadaan baik (Pujiyanto, 2013:8).

Umumnya, materi pesan yang disampaikan dalam iklan jenis ini berupa informasi-informasi publik untuk menggugah khalayak melakukan sesuatu kebaikan yang sifatnya normatif.

Persaingan ILM yang diproduksi secara audio semakin ketat terjadi oleh beberapa radio ternama di Indonesia. Salah satunya radio jaringan Indonesia RRI Medan yaitu radio yang turut andil mempersembahkan ILM dengan mengangkat isu-isu hangat yang menjadi perbincangan. Pengaruhnya tidak sedikit ditemui dan menjadi topik pemberitaan media online.

#### 4.4. Fungsi Media Massa

Selain karakteristik, media massa juga memiliki fungsinya sendiri dan terdapat berbagai peran dalam pelaksanaan fungsi tersebut. Berikut adalah fungsi media massa sesuai dengan yang dijelaskan oleh Mc.Quail (1994):

- a. Fungsi informasi, dimana media massa berperan dalam menyediakan dan menyampaikan informasi mengenai berbagai peristiwa, kejadian, dan realita yang terjadi di dalam masyarakat.
- b. Fungsi kesinambungan, dimana media massa berperan penting dalam mengakui, mengekspresikan, dan mendukung adanya budaya dominan dan budaya khusus. Media massa juga berperan dalam terbentuknya perkembangan budaya baru yang ada di masyarakat, sekaligus tetap melestarikan nilai yang sudah ada.
- c. Fungsi korelasi, dimana media massa menafsirkan dan menjelaskan peristiwa yang terjadi berikut kemungkinan hubungan dengan hal atau peristiwa lain yang terkait.
- d. Fungsi mobilisasi, dimana media massa berperan dalam menyebarkan informasi dan mengkampanyekan berbagai hal dalam bidang ekonomi, politik, negara, agama, dan lain sebagainya.
- e. Fungsi hiburan, dimana media massa memberikan hiburan kepada *audience* sebagai sarana relaksasi dan pengalihan perhatian dari ketegangan sosial yang terjadi di masyarakat.

#### 4.5. Jenis Media Massa

Setelah memahami apa itu media massa dan fungsinya, selanjutnya kita akan mengulas mengenai jenis-jenis media massa. Jenis media massa secara garis besar terbagi menjadi jenis berdasarkan waktu dan jenis berdasarkan bentuk. Berikut adalah jenis media massa berdasarkan waktunya:

##### a. Media Massa Tradisional

Media massa tradisional menyampaikan informasi yang didapat dari lingkungan dan telah diseleksi, diterjemahkan, kemudian baru disebarluaskan kepada khalayak luas. Media massa tradisional merupakan perantara yang mengirimkan informasinya melalui saluran tertentu dalam prosesnya. Interaksi yang terjadi antara media massa dengan khalayak penerima pesan cenderung sedikit, namun bukan berarti penerima pesan bersifat pasif.

Penerima pesan dalam media massa tradisional adalah bagian dari struktur sosial masyarakat yang tidak pasif dalam menerima dan menyeleksi informasi yang disampaikan. Dengan kata lain, penerima pesan dari media massa tradisional tetap memiliki kekuatan dalam menyaring dan mempercayai informasi yang diberikan media. Beberapa contoh media yang termasuk ke dalam media massa tradisional adalah surat kabar, televisi, radio, dan film.

##### b. Media Massa Modern

Media massa modern terbentuk seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi yang memungkinkan munculnya berbagai media baru dalam masyarakat, contohnya adalah internet dan telepon seluler atau telepon genggam (*handphone*). Media massa modern bukan saja dipegang dan dikuasai oleh lembaga tertentu, namun setiap individu dapat memberikan dan menyebarkan informasi kepada khalayak ramai. Hal ini juga didukung dengan tidak adanya perantara dalam interaksi yang terjadi antara pemberi dan penerima pesan dalam media massa modern.

Seperti pada media massa tradisional, sumber atau pemberi pesan dalam media massa modern juga dapat menyampaikan dan menyebarkan informasi kepada banyak orang sekaligus dengan cakupan yang luas. Namun berbeda dengan media massa tradisional, dalam media massa modern penerima pesan yang menentukan kapan terjadinya waktu interaksi dengan pemberi pesan. Komunikasi yang terjadi

dalam media massa modern pun bersifat mengalir dan dua arah, dimana memungkinkan terjadi *feedback* langsung antara pemberi dan penerima pesan.

Sedangkan jenis media massa berdasarkan bentuknya terbagi menjadi tiga, yaitu:

- a. Media cetak atau *printed media*, merupakan media massa yang dibuat dengan percetakan yang kemudian menghasilkan tulisan sebagai bentuk informasi yang diberikan. Media cetak bisa dibilang merupakan media massa yang sudah lama dikenal dunia, dimana kemunculannya sudah ada sejak tahun 1920-an. Beberapa contoh media cetak adalah surat kabar atau koran, buku, majalah, tabloid, *newsletter*, dan lain sebagainya.
- b. Media elektronik, merupakan media massa yang menggunakan teknologi elektronik sehingga memungkinkan untuk didengar suaranya dan dilihat gambarnya oleh khalayak. Media elektronik yang muncul pertama adalah radio, dimana media ini menyampaikan informasi melalui audio atau suaranya. Kemudian muncul pula media elektronik televisi yang memungkinkan khalayak bukan hanya mendengar suara, namun juga menyaksikan langsung bagaimana peristiwa yang terekam dalam gambar yang disajikan.
- c. Media *Cyber*, yang juga dikenal dengan media internet atau *online media*. Media massa ini terbilang media yang cukup baru, dimana kemunculannya baru ramai dikenal masyarakat dunia pada sekitar abad 21. Media *cyber* ini memungkinkan khalayak untuk mengakses informasi tanpa batas waktu dan teritorial daerah, sehingga informasi tersebar dengan jauh lebih luas dibanding dua media sebelumnya.

#### 4.6. Tujuan Media Massa

Bicara mengenai komunikasi massa maka akan sama halnya berbicara mengenai media atau media massa. Sebab komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjalin melalui media massa. Konsep media dalam komunikasi massa bisa dibilang merupakan sarana komunikasi yang ditujukan secara luas untuk menjangkau hampir semua orang yang berada pada wilayah yang lebih luas lagi. Media dapat merujuk kepada semua jenis media yang akrab dalam kehidupan kita seperti media elektronik, digital, cetak atau bahkan media sosial.

- a. Menginformasikan Pesan, dalam komunikasi massa sudah pasti terdapat pesan atau message yang ingin disampaikan kepada publik. Sebab tanpa ada pesan tersebut maka komunikasi massa tidak akan dapat terjadi. Dalam hal ini media

sebagai penyampaiannya tentu memiliki tujuan, tidak lain ialah tentunya agar pesan yang disampaikan tersebut sampai dengan sempurna kepada publik. Sebab apapun bentuk dan jenis pesannya tetap harus diinformasikan kepada publik.

- b. Menjadikan Informasi Lebih Menarik, entah melalui media cetak, digital atau elektronik tentunya semua pesan atau informasi yang disajikan oleh media harus mampu menarik khalayak. Bukan hanya sekedar membaca, mendengar atau menyaksikan informasi tersebut tetapi media juga memiliki tujuan dalam mengemas pesan secara menarik agar para khalayak ikut menanggapi seputar informasi tersebut. Dengan demikian maka akan menciptakan hubungan timbal balik yang akan membuat komunikasi massa berlangsung dengan baik.
- c. Memberi Efek Hiburan, dalam komunikasi massa media juga memiliki tujuan menghibur atau entertaining. Dimana pesan yang disampaikan tentunya tidak melulu mengenai problematika atau hal yang sifatnya serius. Bentuk pesan bisa melalui hal-hal yang lucu. Sehingga khalayak akan bisa menerimanya dengan santai dan rileks.
- d. Membuat Pesan Lebih Efektif, media memiliki peran yang sangat besar dalam komunikasi massa. Adanya media bertujuan untuk membuat pesan lebih efektif dan dapat diterima oleh khalayak. Jika tidak disampaikan oleh media yang kredibel sebuah pesan hanya akan dianggap sebagai isu saja. Namun, jika media kredibel yang menyampaikannya maka asumsi masyarakat atau publik juga akan berbeda dalam menyikapinya.
- e. Mengefisienkan Waktu, media memiliki tujuan mengefisienkan waktu, dalam komunikasi massa atau komunikasi organisasi. Efisiensi dalam hal ini adalah tentunya agar pesan dapat lebih cepat sampai kepada khalayak. Apalagi jika pesan tersebut bersifat urgent atau sangat mendesak. Misalnya pesan peringatan bencana alam yang tentunya harus disampaikan dengan cepat oleh awak media.
- f. Mempermudah Penerimaan Pesan, tujuan media dalam komunikasi massa tidak lain adalah agar pesan yang disampaikan mudah di terima oleh siapapun. Sebab media yang baik haruslah mampu mengemas pesan agar dapat diterima oleh semua kalangan. Tanpa ada batasan usia atau jenis kelamin, jika hal ini telah terjadi maka tugas media sebagai mediator sudah terlaksana dengan baik sebagaimana proses komunikasi dalam organisasi.

- g. Mengemas Pesan Menjadi Lebih Menarik, tidak gampang memang untuk bisa menarik perhatian khalayak ramai. Apalagi untuk bisa menyimak dengan seksama pesan yang disampaikan. Namun, inilah yang kemudian menjadi salah satu tujuan media dalam komunikasi massa. Yakni untuk membuat pesan menjadi lebih menari. Sehingga menarik minat dan daya tarik khalayak untuk membicarakannya agar mencuat sebagai isu global.
- h. Agar Pesan Menjadi Lebih Jelas, tujuan media dalam komunikasi massa yang selanjutnya adalah untuk membuat agar pesan menjadi lebih jelas. Terkadang terjadi penyampaian pesan yang bertolak belakang. Sehingga kemudian menimbulkan kegaduhan di ranah publik. Oleh karena itu, media harus hadir sebagai penengah dengan menghadirkan pesan yang sesuai fakta tanpa dibumbui perspektif yang subjektif.
- i. Menghubungkan Pesan, media juga memiliki tujuan sebagai penghubung pesan dalam komunikasi massa. Sebab tanpa media maka tidak akan ada penghubung antara pesan dan khalayak. Oleh karena itu mengapa peran media menjadi amat krusial. Tentunya jangan sampai kemudian membuat media disusupi kepentingan pribadi yang bisa mempengaruhi persepsi publik.
- j. Menjadikan Pesan Lebih Hidup, tujuan media berikutnya adalah menjadikan pesan lebih hidup. Maksud hidup disini bukan bernafas atau memiliki detak jantung. Namun lebih kepada pengaruh yang ingin diberikan oleh pesan kepada publik. Misalnya lebih membuat publik menjadi tergerak oleh isu akan sesuatu. Atau juga menyebabkan pesan menjadi sebuah energi dan kekuatan untuk membangun kepedulian masyarakat terhadap isi pesan. Pastinya media memegang peranan penting bagaimana pesan tersebut akan diterima oleh publik.
- k. Memberi Efek Pendidikan, media juga memiliki tujuan edukasi dibalik penyampaian pesan dalam setiap komunikasi massa. Sebab khalayak atau publik jangan melulu disuguhi oleh isu-isu yang malah semakin memperkeruh suasana. Justru keterbukaan dan kebebasan media haruslah memberikan sebuah pembelajaran yang mendidik bagi masyarakat. Dimana masyarakat tidak mudah terpancing provokasi, isu sara dan juga berita hoax yang saat ini marak terjadi terutama di media sosial.
- l. Pesan Menjadi Lebih Terbuka, sejak runtuhnya orde baru, media Indonesia seperti seseorang yang baru saja lepas dari belenggu yang selama ini menjerat.

Sebab jika Anda tahu pada era tersebut media seperti dibungkam, masyarakat dibutakan oleh pesan yang harusnya dapat mereka dengar dan dapat media sampaikan. Namun, kini kebebasan pers dan media amat begitu besar sampai-sampai kita tidak tahu di mana batasannya. Meskipun memiliki tujuan untuk membuat pesan menjadi lebih terbuka, namun tetap disampaikan berdasarkan fakta-fakta yang ada.

- m. Menjadikan Pesan Lebih Bernilai, setiap pesan tentu memiliki nilai tersendiri. Tentunya upaya menyampaikan nilai ini menjadi tujuan dari media dalam sebuah komunikasi massa. Sebab, pesan yang tidak memiliki nilai sama halnya dengan isu dan juga berita hoax yang marak beredar. Sebisa mungkin pesan yang disampaikan oleh media harus memiliki nilai sehingga akan dapat membuat khalayak menjadi belajar dan memetik nilai yang terkandung di dalamnya.

#### **4.7. Mekanisme Produksi Iklan Layanan Masyarakat LPP RRI Pro 2 Medan**

Berdasarkan peninjauan penulis selama kegiatan KKL di Lembaga Penyiaran Publik RRI Pro 2 Medan khususnya di bidang penyiaran telah menjalankan seluruh tugas yang dimandatkan dengan sebaik mungkin terlebih dalam upaya membantu proses produksi Iklan Layanan Masyarakat pada bagian menulis naskah.

Hasil penelitian dan temuan penulis mengenai iklan layanan masyarakat RRI Pro 2 Medan maka penulis akan menjabarkan bagaimana alur suatu iklan layanan masyarakat dapat disiarkan. Langkah awal dimulai dengan penentuan ide/konsep iklan biasanya diambil dari peristiwa yang sedang hangat terjadi atau sedang diperbincangkan oleh masyarakat, kemudian ide tersebut dituang ke dalam sebuah tulisan berupa naskah. Naskah yang sudah ditulis melewati proses penilaian oleh tim peneliti naskah apakah sudah sesuai kriteria dan dapat disiarkan. Lalu tim kreatif akan memilih narator atau pembaca narasi sesuai dengan karakter yang dibutuhkan, biasanya mereka adalah penyiar. Alur selanjutnya adalah rekaman, suara yang direkam harus sesuai dengan prosedur siaran. Langkah terakhir hasil rekaman akan dieksekusi oleh Audio Director untuk memotong, menyisip dan mengontrol agar hasil iklan layanan masyarakat dapat diterima dengan baik oleh pendengar.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Selama kegiatan KKL berlangsung penulis mendapat banyak pengetahuan dan pengalaman yang baru. Lokasi KKL selama sebulan ini menjadi wadah bagi penulis untuk menerapkan semua teori yang telah didapatkan di bangku perkuliahan. Kuliah kerja lapangan adalah sarana bagi mahasiswa untuk mengenal dunia kerja professional sekaligus mengenal lingkungan dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa setelah lulus kuliah.

Berdasarkan uraian kuliah kerja lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Teori yang diajarkan selama di bangku perkuliahan sangat bermanfaat karena dapat diterapkan ketika kuliah kerja lapangan
- b. Lembaga Penyiaran Publik RRI Pro 2 Medan terutama di bidang penyiaran telah bekerja semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas konten dan menghasilkan ide-ide kreatif guna mencapai tujuan menjadi saluran Suara Kreatif Anak Muda.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan saran bagi pihak Lembaga Penyiaran Publik RRI Pro 2 Medan maupun Universitas Medan Area.

1. Bagi Lembaga Penyiaran Publik RRI Pro 2 Medan
  - a. Para pegawai lebih banyak lagi belajar perihal teknologi karena kini semua pekerjaan melalui teknologi
  - b. Meskipun sedang dalam kondisi pandemi Covid-19 setidaknya beri kesempatan anak KKL masuk kantor lebih sering meskipun sudah membagi waktu/shift masuk. Karena ilmu yang didapat di RRI sangat menarik.
2. Bagi Universitas Medan Area
  - a. Dengan situasi pandemi corona saat ini, hendaknya pihak universitas memberi peluang kepada mahasiswa untuk melakukan KKL secara daring sesuai bidang yang diminati dengan program kerja yang jelas.

## DAFTAR PUSTAKA

Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta : ANDI OFFSET

### JURNAL

Harahap, Mhd. Soleh. 2016. "Pengaruh Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan Sumatera Utara (Studi Korelasional Pengaruh Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Lembaga Penyiaran Publik RRI Medan Sumatera Utara)". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (USU).

Nirwanti, Yuli. 2017. "Analisis Tindak Tutur Representatif dan Direktif Pada Iklan Layanan Masyarakat Pada Radio Fortuna FM Kutoarjo Periode Tahun 2012-2016 dan Skenario Pembelajarannya di Kelas XII SMA". Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purworejo (UMP).

Randy Saputra, Mahendra. 2015. "Iklan Layanan Masyarakat "Stop Gunakan Handphone Sambil Berkendara" di Radio PR FM". Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

### INTERNET

Puput Purwanti. Tahun 2018. *13 Tujuan Media Dalam Komunikasi Massa Yang Perlu Diketahui*. Pakarkomunikasi.com (<https://pakarkomunikasi.com/tujuan-media-dalam-komunikasi-massa>. Diakses pada 8/8/2020 pukul 16.50 WIB).

Tahun 2017. *Pengertian Media Massa Menurut Para Ahli*. Pakarkomunikasi.com (<https://pakarkomunikasi.com/media-massa-menurut-para-ahli>. Diakses pada 8/8/2020 pukul 16.31 WIB).

## LAMPIRAN

### Dokumentasi Kegiatan di Kantor





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I :JalanKolamNomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1☎(061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II :JalanSetiabudiNomor 79 / JalanSeiSerayuNomor70 A, ☎(061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 404/FIS.0/01.3/VII/2020

07 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth. K.a Radio Republik Indonesia (RRI) Medan  
Jl. Gatot Subroto No. 214, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia  
Kota Medan, Sumatera Utara 20123

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Abdul Gani Siregar	178530020
2	Doni Ginola Girsang	178530031
3	Yoshua Vallery Sibarani	178530094

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Radio Republik Indonesia (RRI) Medan. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



*Baby Masitho*  
Baby Masitho Batubara, S.Sos, M.AP



RADIO REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 1454 /RRI-MDN/07/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp : -  
Hal : Permohonan KKL

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
di -  
Medan

Dengan hormat,

Membalas surat Nomor : 404/FIS.0/01.3/VII/2020 tanggal 07 Juli 2020 perihal seperti pokok surat diatas, dengan ini disampaikan bahwa pada prinsipnya dapat menyetujui Mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

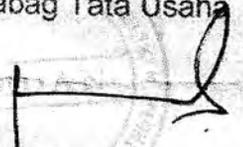
NO	NAMA MAHASISWA	N P M	Program Studi
1.	Abdul Gani Siregar	178530020	Ilmu Komunikasi
2.	Doni Ginola Girsang	178530031	Ilmu Komunikasi
3.	Yoshua Vallery Sibarani	178530094	Ilmu Komunikasi

Melakukan KKL di RRI Medan mulai tanggal 13 Juli 2020 sd 12 Agustus 2020 dengan mentaati segala ketentuan yang berlaku di RRI Medan serta mampu mendownload dan menggunakan RRI Play.

Segala sesuatu yang menyangkut administrasi dan teknis dapat menghubungi Sdri.Wartati Saribuati, S.Sos. Hp.081263150155.

Demikian kami sampaikan, terima kasih.

Medan, 07 Juli 2020  
A.n Kepala RRI Medan  
Kabag Tata Usaha

  
SYAMSUL BAHRI, S.E.  
Nip. 196210181991031002