

Transkrip Wawancara Key Informan

Nama : Bapak Ahmad Arif
Jabatan : Produser
Tempat : Radio Suara Edukasi
Tanggal : 22 Juli 2016
Waktu : 16.25 WIB

1. Bagaimana proses pemilihan judul iklan layanan masyarakat sehingga dapat ditetapkan menjadi judul iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi ?

Jawab :

“untuk iklan layanan masyarakat ini biasanya kita beri judul sesuai topik contohnya seperti iklan narkoba atau iklan kesehatan lainnya misalnya yang lagi trend tentang nyamuk, kita beri judul tentang nyamuk berbahaya pasti yang lagi diantisipasi masyarakat misalnya nyamuk malaria bisa aja dibuat judul digigit nyamuk misalnya kita ambil dari judul itu, jadi judul itu biasanya diambil dari apa yang mudah dikenal oleh masyarakat”.

2. Apa ide awal terciptanya pemilihan judul iklan layanan masyarakat di kantin ibu aminah?

Jawab:

“sebetulnya dari ide awal menurut saya banyak hal-hal yang belum terbukti atau kejadian atau sering menuduh orang yang belum ada bukti, ya contohnya seperti ibu aminah ini yang disangka orang banyak atau menyebarkan fitnah ibu aminah ini memproduksi atau membuat es dengan zat pewarna yang beracun yang membahayakan masyarakat, tentukan kita perlu buktikan dulu, nah dari ide ini kita menurut saya dibuatlah sebuah iklan layanan masyarakat dimana kita tidak boleh sembarang menuduh sebelum ada bukti, kira-kira seperti itu. Banyak hal-hal yang lain yang bisa dengan contoh ini hal-hal yang lain bisa juga dicontohkan seperti ini jadi jangan menuduh seseorang sebelum kita ada bukti yang valid”.

3. Tema apa yang akan di sampaikan oleh publik tentang judul di kantin ibu aminah?

Jawab :

“sebetulnya tema ini tentang kita jangan berprasangka buruk mungkin itu ya, bahwa yang akan disampaikan dan satu lagi mungkin jangan memandang seseorang dari fisik, misalnya atau dari yang kita lihat selidiki dulu buktikan dulu bahwa kita bisa

membuktikan bahwa itu benar atau salah saya pikir itu tema yang ditekankan disini atau judulnya yang diberatkan atau titik beratnya”.

4. Siapa penggagas iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi ?

Jawab :

“sebetulnya kita berhak menggagas atau memberikan ide dan ide itu biasanya timbul ketika situasi atau suasana pada saat itu atau pada saat sekarang dan kedepannya akan menarik untuk disampaikan, contohnya tentang kebersihan, tentang kesehatan atau misalnya tentang banjir bahaya banjir, dan kita membuat iklan ini dari ide-ide teman-teman atau kita berkumpul penataan ide kira-kira apa yang kita angkat”.

5. Mengapa iklan layanan masyarakat disajikan dengan format drama?

Jawab :

“karena iklan itu kan atau format iklan suatu iklan ya khususnya akan menarik ketika disajikan atau diperdengarkan dengan drama, jadi ada adegan di dalam iklan tersebut kalau hanya mungkin ya, karena ada daya tarik tersendiri untuk para pendengar karena iklan radio ini kan hanya didengar bukan dilihat jadi banyak yang bisa disampaikan melalui drama ini cuma harus diingat bahwa dari drama ini, pemainnya pun tidak usah lebih dari tiga orang karena kita hanya bisa mendengar, jadi membedakan orang kesatu, kedua, ketiga aja agak sulit sebaiknya jangan lebih dari tiga orang dan itu biasanya banyak yang di dramakan biasanya hal-hal conflicted. Contohnya misalnya orang-orang tabrakan mengadakan pembicaraan dari situ misalnya, dari situ kita bisa diambil actionnya atau yang menariknya, dari sound effectnya misalnya atau dari setting tempatnya”.

6. Bagaimana untuk mendapatkan iklan layanan masyarakat yang kreatif?

Jawab :

“Biasanya untuk mendapatkan iklan layanan masyarakat yang kreatif kita menggali atau itu dia yang mungkin tadi sudah saya sebutkan iklan layanan masyarakat itu menarik ketika point atau isi dari iklan tersebut yang sedang trend, untuk kreatifnya kita bisa mengkolaborasi sebetulnya dari hal-hal kejadian yang kita alami sendiri misalnya gitu, bukan orang lain yang mengalami, contohnya seperti iklan layanan masyarakat tentang kesehatan, misalnya kesehatan gigi disitukan bisa dikreatifkan bukan sekedar orang sakit gigi aja, mengkreatifkannya ketika dokter gigi itu sedang

mengobati orang yang sakit gigi, disitu bisa memberikan penjelasan atau sebaliknya, orang yang sedang sakit gigi marah-marah itu kan suatu kreatif, penyebab dari orang sakit gigi itu marah-marah apa, jadi begitu ini hanya sekedar contoh”.

7. Kapan pertama kalinya iklan layanan masyarakat ini disiarkan?

Jawab :

“sebetulnya iklan layanan masyarakat ini pertama kali radio suara edukasi mengudara, kita sudah ada iklan layanan masyarakat misalnya tentang penyuluhan bagaimana mendaftarkan sebagai siswa smp terbuka, contohnya seperti itu, jadi sebelumnya memang kita sudah ada iklan-iklan layanan masyarakat, jadi ketika radio suara edukasi ini ada kita sudah ada bahan untuk iklan layanan masyarakat”.

8. Mengapa iklan layanan masyarakat ini tidak disajikan secara langsung?

Jawab :

“sebetulnya untuk iklan layanan masyarakat memang itu biasanya diproduksi dulu, direkam di studio karena banyak unsur yang terlibat, kalau secara langsung itu biasanya hanya sekali kita sajikan yang sifatnya langsung, karena tidak mungkin untuk empat kali iklan layanan misalnya empat adegan kita harus kerjakan selama seharian sekalian untuk besok, lebih praktisnya kita rekam dan kita siarkan, dan disitu kita bisa dikreatifkan lebih lanjut”.

9. Berapa durasi iklan layanan masyarakat?

Jawab :

“biasanya untuk iklan layanan masyarakat untuk radio berbeda dengan televisi, kalau televisi biasanya karena dalam segi bisnis mainkan sangat ketat sekali biasa setengah menitpun itu udah harga, atau sepuluh detik. Untuk radio, untuk menangkap seseorang itu untuk mencerna sesuatu tidak secepat itu, karena mereka tidak termemori hanya dipendengaran jadi sebenarnya untuk iklan layanan masyarakat sekurang-kurangnya satu menit jadi paling lama dua atau tiga menit, jadi tidak bisa disamakan dengan, misalnya iklan layanan masyarakat dan ini iklan sport jadi tidak bisa disamakan seperti itu”.

10. Kapan pemilihan jam tayang iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi?

Jawab :

“untuk iklan layanan masyarakat itu sendiri, biasanya setiap sepuluh menit atau setiap setengah jam, bahkan setiap sepuluh menit kita ada iklan layanan masyarakat, tapi juga disesuaikan misalnya dari jam pagi misalnya sampai siang, atau setengah pagi atau jam 08.30 yang menyangkut tentang anak-anak jadi kita sesuaikan juga, terus misalnya dari jam 09.00 iklannya apa yang mengenai kira-kira biarpun belum survei, tapi kira-kira yang langsung ke sasaran untuk dewasa atau untuk anak-anak atau ada kategorinya, kalau umum biasanya memang setiap saat pasti ada iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi”.

11. Apa kriteria pemilihan talent dalam iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi?

Jawab :

“sebetulnya untuk talent atau pemain dalam iklan layanan masyarakat, kita tidak terlalu kritis dalam pemilihan talent, yang penting si pemeran atau talent ini bersuara yang khas atau tuntutan dari naskah, kadang-kadang pun suaranya engga baik, cuman artikulasinya maksudnya enggak baik misalnya bassnya terlalu ngebass misalnya, atau bahkan engga ada bassnya gitu, itu bisa kita creat, ini cocoknya sebagai apa gitu, jadi masalah talent ini engga terlalu kita cari, kecuali kita memang membutuhkan seorang talent yang khas suaranya, kira-kira seperti itu”.

12. Apakah talent harus melakukan latihan terlebih dahulu sebelum melakukan proses rekaman suara?

Jawab :

“ya betul, mereka harus melihat naskah minimal, dan kita juga harus tau apa sih kira-kira yang akan diucapkan atau bahasa yang diucapkan berkarakter apa engga, misalnya seperti itu, dia marahnya sampai mana atau teriakannya seperti apa, misalnya seperti itu, dan perannya cocok engga untuk seorang ayah misalnya, atau untuk seorang anak kan kita sesuaikan juga, misalnya cocok bisa kita tuker begitu kira-kira prosesnya”.

13. Bagaimana menentukan tema yang ingin diiklankan setiap harinya di radio suara edukasi?

Jawab :

“tadi sudah saya sebutkan, teman-temanya bisa disesuaikan dengan hari ya, maksudnya suasana hari bisa, misalnya tentang tema anak-anak kita sajikan dari pagi sampai siang, umum dari siang sampai jam dua atau jam tiga lah, setelah itu mungkin anak sekolah yang sifatnya ke lebih anak-anak usia sekolah, misalnya usia smp dan sma kita hanya bisa menempatkan iklan itu sesuai dengan perkiraan aja, jadi kita belum survei langsung, kita kira-kira biasanya sehari-hari pendengar pagi anak-anak biarpun mereka beraktifitas Cuma anak-anak yang prasekolah atau ibu-ibu yang pendengar bisa untuk anak-anaknya itu sendiri”.

14. Siapa target pendengar iklan layanan masyarakat ?

Jawab :

“sebetulnya target iklan layanan masyarakat itu umum, tentunya untuk suara edukasi untuk pendengarnya, sasarannya di dunia pendidikan khususnya para pelajar smp, sma maupun orang tua smp, sma, dan masyarakat umum lainnya, jadi untuk target iklan layanan masyarakat lebih condong ke umum karena lebih menyangkut hal-hal yang umum”.

15. Adakah tanggapan para pendengar radio suara edukasi pada iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi?

Jawab :

“ada, cuma untuk tanggapan suatu iklan, biasanya kita memang melakukan survei, tapi ada yang menanggapi iklan tersebut terlalu vulgar misalnya atau iklan tersebut kurang mengena ke masyarakat, itu kita tampung supaya betul-betul isi iklan tersebut sampai kepada pendengar, dan pendengarpun merasa jelas apa yang akan disampaikan”.

16. Apa yang diharapkan dari pendengar radio suara edukasi setelah mendengar iklan layanan masyarakat ?

Jawab :

“yang kita harapkan para pendengar, setidaknya-tidaknya mendengarkan iklan itu, kedua isi iklan tersebut ya kita harapkan iklan tersebut mereka menyadari. Misalkan tentang membuang sampah, kita iklankan dengan sebuah iklan mereka bisa mendengarkan, yang kedua mereka bisa mengetahui apa sih iklan itu, yang ketiga mensosialisasikan ke yang lain, itu harapan kita seperti itu, misalnya untuk iklan tersebut”.

Transkrip Wawancara Informan

Nama : Bapak Irwan Zaini
Jabatan : Editor
Tempat : Radio Suara Edukasi
Tanggal : 22 Juli 2016
Waktu : 17.00 wib

1. Mengapa iklan layanan masyarakat disajikan dengan format drama?

Jawab :

“sebelum memutuskan dibuat naskah drama sebenarnya ada beberapa format yang lainnya. Tergantung dari segmentasinya siapa, temanya apa, isinya tentang apa, kalau memang naskahnya itu cocok dibentuk dengan drama nanti kita putuskan dalam bentuk drama, sisi dari drama kan ada sisi untuk menarik para pendengarnya terus supaya pendengar tertarik untuk mengikuti pesan yang ada di dalam iklan layanan masyarakat tersebut”.

2. Mengapa iklan layanan masyarakat ini tidak disajikan secara langsung?

Jawab :

“Jadi untuk memproduksi iklan layanan masyarakat itu harus melalui beberapa face, ada face yang namanya pra produksi, produksi sama pasca. Kenapa tidak secara langsung? Ya kita harus melewati proses itu, dari pra, pra misalnya kita harus bikin naskahnya dulu, bikin naskahnya itu pun harus melalui riset dulu setelah naskah jadi baru masuk ke tahap produksi, produksi itu kita rekaman naskahnya, habis naskah di rekam nanti masuk ke tahap pasca produksi. Pasca produksi nanti naskah data yang sudah kita rekam nanti kita edit, kita mixing sesuai dengan kebutuhan, memang sih ada plusnya, plusnya kalau ada kesalahan atau mungkin kurang pasnya dalam rekaman kita bisa ngedit lagi, bisa kita perbaiki, tapi kalau disajikan secara langsung apa yang salah ketika kita tag voice tidak bisa kita perbaiki karena sudah terlanjur mengudara istilahnya begitu kalau langsung”.

3. Berapa durasi iklan layanan masyarakat?

Jawab :

“Untuk berapa durasi iklan layanan masyarakat ya sebenarnya sesuai kebutuhan biasanya sih antara 30 detik sampai 60 detik”.

4. Apa saja tugas kreatif penulis naskah radio?

Jawab :

“Tugasnya ketika si penulis mau menulis naskah ILM otomatis dia sudah punya pedomannya, pedomannya yaitu diantaranya tema tentang apa, terus nanti sasaran yang mau mendengarkan siapa, nanti terus melalui pedoman itu nanti dikolaborasi sama ide-idenya dia, nanti barulah dia menuangkan ide kreatifnya dalam naskahnya”.

5. Untuk mendapatkan iklan layanan masyarakat yang menarik, apa yang perlu dilakukan dalam penyajian iklan?

Jawab :

“Berarti gini, untuk itu perlu langkah kita harus tau dulu nih, nantinya iklan itu akan didengarkan oleh siapa berarti kalau gitu kan bicara tentang sasaran kita atau segmentasi kita, kita harus tau karakter dari pendengar nanti misalnya kalau anak-anak itu karakternya gimana, terus nanti kalau remaja itu karakternya gimana, nanti setelah mengetahui karakter dari pendengar nanti kita kolaborasi dengan ide kita”.

6. Apa saja yang menjadi referensi dari iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi?

Jawab :

“Untuk mendapatkan referensi tentu saja kita juga tau, balik lagi ke segmentasi kita, kependengar kita itu bisa melalui observasi dulu ke pendengar atau kita melalui studi dari berbagai bahan contoh, buku, koran, internet, atau media massa yang lain, tapi menurut saya yang paling bisa mendekati kita harus observasi ke pendengar kita ke segmentasi yang akan dituju”.

7. Apa yang ditekankan dalam iklan layanan masyarakat dari segi kreatifitas dalam mengelola referensi?

Jawab :

“Ya tentu saja setelah mendapat bahan-bahan untuk membuat iklan kita harus pilih pilih artinya yang sesuai kebutuhan dengan iklan yang akan dibuat , contohnya kalau dari hasil wawancara, berarti kita harus memilah milah yang sesuai dengan tema yang akan dibuat, kalau dari buku, buku atau media cetak media elektronik yang lain kita harus pintar memilah milah lah yang nanti kira-kira akan menarik untuk para pendengar”.

8. Apa kriteria pemilihan talent dalam iklan layanan masyarakat di radio suara edukasi?

Jawab :

“tentu saja sebelum memulai produksi kita harus memilih talent berarti kita harus melakukan yang mungkin bisa disebut kaya audisi, audisi dulu pemain yang sesuai kebutuhan naskah, misal kalau kita perlu suara anak-anak ya kita harus menyesuaikan kita harus cari yang suara anak-anak bukan berarti pemainnya harus anak-anak ya karena kalau diradio kan yang penting suaranya gitu ya, gak melihat usianya kan bisa jadi usianya masih muda tapi kok bisa cocok suara untuk remaja atau mungkin lebih dewasa itu juga bisa jadi karena kan kalau diradio kan yang dipentingkan unsur suaranya bukan tampilan fisiknya gitu”.

9. Apakah talent harus melakukan latihan terlebih dahulu sebelum melakukan proses rekaman suara?

Jawab :

“Ya, sebelum dilakukan proses rekaman suara, talent atau pemain memang harus melakukan latihan dulu, jadi biasanya kita beri naskah untuk dia baca-baca dulu terus dia latihan dulu sesuai dengan kebutuhan didalam naskah karena itu penting biar nanti dalam proses produksi supaya lebih lancar”.

10. Ada berapa jenis format naskah yang diperlukan?

Jawab :

“setau saya sih seringnya ya formatnya ya format drama meskipun ada format yang lain, format monolog tapi, yang sering dilakukan ya format drama”.

11. Adakah kendala dalam pembuatan naskah iklan layanan masyarakat ?

Jawab :

“saya pikir didalam staf produksi pasti ada kendala ya cuman yang sering dialami mungkin ini ya menurut pengalaman saya, dalam mencari talent lagi karena kan masing-masing naskah kan kebutuhan untuk mengisi suaranya kan beda-beda maka dibutuhkan ketepatan dalam pemilihan talent itu tadi kalau menurut saya itu sih”.

12. Berapa lama biasanya dalam pembuatan naskah iklan layanan masyarakat untuk satu iklan?

Jawab :

“untuk berapa lamanya saya kira tergantung ya karena kan didalam unsur pembuatan iklan disamping ada rekaman suara kan ada kebutuhan untuk pembuatan ilustrasi musiknya terus pencarian sound effect efek suaranya jadi kalau ditanya tepatnya ya relatif juga sih, ada yang bisa cepet satu hari atau lebih dari satu hari juga bisa, jadi untuk berapa lamanya ya tergantung tadi tiga unsur tadi ada musik, sound effect atau efek suara sama proses rekaman suaranya pengisi suara itu tadi “.

13. Bagaimana cara mempromosikan iklan layanan masyarakat agar iklan layanan masyarakat banyak pendengarnya ?

Jawab :

“ini mungkin bisa dilakukan berbagai cara ya kalau secara on air ya otomatis disiarkan radionya itu ya, kan biasanya iklan kan penempatannya kan disela-sela siaran program gitu kan ya, nah itu bisa disetel pas itu atau mungkin ketika kita ada acara off air, maksudnya ketika kita istilahnya apa ya jumpa pendengar atau apa biasanya kan kita juga mengenalkan program-program yang ada di radio suara edukasi gitu jadi bisa secara on air sama off air”.

14. Bagaimana pemilihan musik untuk iklan layanan masyarakat ?

Jawab :

“nah untuk memilih musik ini juga harus sesuai kebutuhan naskah kan gak mungkin ada naskah yang temanya sedih kita kasih musik yang ceria kan ya kurang pas gitu ya, balik lagi harus melihat kebutuhan naskah”.

15. Bagaimana memilih sound effect untuk iklan layanan masyarakat?

Jawab :

“untuk memilih sound effect ya itu tadi kita harus melihat kebutuhan naskahnya juga sama sebenarnya kan sound effect ada yang sudah dalam bentuk jadi artinya kan kita bisa beli di toko yang menyediakan sound effect atau bisa kita bikin sendiri, tapi balik lagi nanti ketika proses editing ya itu sesuai apa engga karena kadang kita beli misalnya sound effect suasana pasar, kan bisa lain suasana pasar di jakarta sama di bandung bisa lain artinya ketika dipasar kan bahasanya juga lain misalnya di bandung dominan memakai bahasa sunda ketika dibutuhkan naskah itu kita pengennya suasana sound effect pasar di jakarta kayanya kurang pas, karena dijakarta bahasanya

kan lebih istilahnya lebih ke bahasa indonesia atau bahasa betawi, bahasa daerah jadi harus disesuaikan untuk kebutuhan sound effect itu”.

16. Apa yang dilakukan sebelum iklan layanan masyarakat itu disiarkan?

Jawab :

“Jadi setelah iklan layanan masyarakat itu melalui face editing, mixing, sebelum disiarkan itu biasanya kita ada namanya kaya semacam quality control gitu, dari sisi teknisnya, terus dari sisi isinya kita dengarkan bareng-bareng apakah iklan yang sudah jadi ini sudah layak untuk disiarkan, proses penilaiannya ya itu tadi dari sisi aspek teknis artinya dari apakah durasinya sudah pas terus proses equalisasinya sudah pas terus dari sisi isinya kontennya juga apakah sudah sesuai gitu setelah melalui face teknis quality control ya setelah lolos baru boleh disiarkan”.

17. Langkah apa yang dibuat untuk hasil akhir iklan layanan masyarakat agar menarik?

Jawab :

“Mungkin langkahnya ya itu tadi ketika proses editing dan mixing ya si editor ini ya kan, dia engga bekerja sendiri artinya dia juga harus berdiskusi atau sering-sering konsultasi dengan petugas yang lain disitukan ada yang namanya sutradara, ilustrator musiknya atau penata musiknya terus yang punya data base sound effectnya itu kan harus kerja sama supaya mendapat masukan untuk menyusun atau mengedit iklan layanan masyarakat”.